

TARTU ÜLIKOOL
ÕIGUSTEADUSKOND
Eraõiguse osakond

Liisa Elmet

GEOBLOKEERINGU MÄÄRUSE RAKENDUMINE EESTIS JA SELLE
KOHALDAMISE VÕIMALIKKUS AUTORIÕIGUSEGA KAITSTUD
TEOSTELE

Magistritöö

Juhendaja
dr iur Karin Sein

Tallinn
2020

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. Geoblokeeringu mõiste ja Euroopa Liidu geoblokeeringu määrus.....	8
1.1. Geoblokeeringu mõiste	8
1.2. Geoblokeeringu määruse sisu	13
1.2.1. Geoblokeeringu määruse kohaldamisala	19
1.2.2. Juurdepääs internetipõhistele kasutajaliidestele	19
1.2.3. Piiriüleselt ostetud kaupade ja teenuste kättesaadavus	22
1.2.4. Kauplejate poolne diskrimineerimine seoses maksetega.....	24
1.2.5. Asukohapõhise diskrimineerimise lubatavus.....	26
1.3. Piiriüleste postipakkide tarne ühtlustamine Euroopa Liidus	29
2. Geoblokeeringu määruse rakendumine Eestis	33
2.1. Uuringu eesmärk ja analüüsitavad küsimused.....	33
2.2. Ülevaade Eesti e-kauplejatest, uuringu metoodikast ja valimist.....	34
2.3. Eesti e-kauplejate seas läbiviidud uuringu tulemused	36
2.4. Järeldused ja soovitused geoblokeeringu määruse rakendamiseks Eestis.....	40
3. Geoblokeeringu määruse laiendamine autoriõigusega kaitstud teostele	45
3.1. Autoriõiguste territoriaalsus Euroopa Liidus.....	45
3.2. Autoriõiguste geoblokeerimine	49
3.3. Autorite kaitsemeetmed geoblokeeringu laienemisel	53
KOKKUVÕTE	57
<i>Summary</i>	60
KASUTATUD MATERJALID	64
Kasutatud kirjandus	64
Kasutatud normatiivmaterjalid.....	69
Lisad.....	72

SISSEJUHATUS¹

Euroopa Liit (edaspidi EL) rajaneb täielikult integreeritud siseturul ning avatud üleilmsel majandussüsteemil. Digimaailmas tähendab see teabe ja üleilmsete väärtusahelate vaba liikumist, mis seondub vaba, avatud ja turvalise Internetiga.² Üleminek EL digitaalsele ühtsele turule tähendab liikmesriikide poolt riiklike tőkete eemaldamist veebis toimuvatel tehingutel. Selle käsitluse aluseks on soov luua ühtne turg, mis kõrvaldaks liikmesriikide vahelised kaubanduspiirangud, eesmärgiga suurendada majanduslikku jõukust ning arendada kaupade, teenuste ja kapitali vaba liikumist.³ EL liikmesriikide siseturu hea toimimise tagamiseks ning selleks, et soodustada kaupade ja teenuste kättesaadavust ning nende vaba liikumist, ei tohiks kedagi diskrimineerida kodakondsuse, elukoha või asukoha järgi.

Euroopa Liidu liikmesriikide seas ühtse turu toimimise reguleerimiseks võeti 28. veebruaril 2018. aastal vastu Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus (EL) 2018/302, millega muudeti määrusi (EÜ) nr 2006/2004 ja (EL) 2017/2394 ning direktiivi 2009/22/EÜ (edaspidi geoblokeeringu määrus). Nimetatud määrus käsitleb EL siseturul toimuvat põhjendamatut asukohapõhist tõkestust ja kliendi muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel. Määruse eesmärgiks on eelkõige soov hoida kaupleja ja kliendi vahelistes piiriülestes tehingutes ära klientide põhjendamatut asukohapõhist tõkestust, mis on seotud EL piires kaupade müügi või teenuse osutamisega. Paljudel juhtudel on põhjusteks, miks kauplejad ei soovi olla ärisuhetes teiste liikmesriikide klientidega, just lahknev õiguskeskkond, õiguskindlusetus, kohaldatavate tarbijakaitseseadustega seonduvad ohud, keskkonna- ja märgistuseseadused, maksu- ja fiskaalküsimused, tarnekulud ning keelenõuded. Teistel juhtudel killustavad kauplejad siseturgu kunstlikult sisepiire mööda ning tõkestavad

¹ Käesoleva magistritöö valmimist on toetatud Eesti Teadusagentuuri grandist PUTPRG 124.

² Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele digitaalse ühtse turu strateegia rakendamise vahekokkuvõtte kohta. Ühendatud digitaalne ühtne turg kõigile. Brüssel, 10.5.2017 COM(2017) 228 final, lk 23.

³ Euroopa Parlament. Kõikjale ulatuv digitaalne ühtne turg, lk 1.

kaupade ja teenuste vaba liikumist, piirates seeläbi klientide õigusi ja samal ajal takistades neil saamast laiemat kauba- ja teenustevalikut.⁴

Geoblokeeringu määrusest on välja jäetud teenused, mis hõlmavad kolme transpordisektorit, kuna eelnevalt on keelatud diskrimineerida tarbijaid lennupiletite, bussitranspordi ja veetranspordi osas. Samuti jäävad eespoolnimetatud määrusest välja finantsteenused, mille kohta määruse p (8) selgitab, et juurdepääs jaefinantsteenustele ei ole hõlmatud, ilma et see piiraks määruse artikli 5 kohaldamist maksetega seotud diskrimineerimiskeelu tõttu. Määrus reguleerib vaid seda, et kaupleja ei diskrimineeriks tarbijat maksevahendiga. Lisaks jäävad määruse kohaldamisalast välja audiovisuaalteenused ehk saated, mille puhul väljastatakse territoriaalsed ainulitsentsid.

Euroopa Komisjoni (edaspidi Komisjon) poolt 6. mail 2015. aastal algatatud e-kaubanduse monopolivastase võitluse raames viidi läbi uuring ja tuvastati mitmeid rikkumisi. Uuring viidi läbi kõigis 28. liikmesriigis rohkem kui 1400 jaemüüja ja digitaalse infosu pakkuja seas. Vastustest selgus, et geoblokeerimist kasutatakse EL üldiselt nii tarbekaupade kui ka digitaalse infosu pakkumisel. Uuringus osalenud tarbekaupade jaemüüjatest 38% ja digitaalse infosu pakkujatest 68% vastasid, et nad piiravad teistes EL liikmesriikides asuvate tarbijate juurdepääsu enda kaupadele ja teenustele. Internetis digitaalse infosu pakkujatest vastas suurem osa (68%), et nad piiravad teiste EL liikmesriikide potentsiaalsete ostjate juurdepääsu eelkõige kasutaja IP-aadressi alusel.⁵ Olenemata kaupleja piirangutest on piiriülene müük EL-s aastate jooksul kasvanud. Kui 2014. aastal sooritas teisest liikmesriigist oste 29% tarbijatest, siis 2019. aastal oli e-ostlejate osakaal juba 35%.⁶

Kauplejate poolt rakendatavad geoblokeerimise tavad saab jagada nelja põhikategooriaase: veebisaidile juurdepääsu keelamine, automaatne ümbersuunamine, müümisest keeldumine ning tingimuste muutmine.⁷ Eurostati⁸ 2018. aastal kogutud andmete põhjal selgus, et

⁴ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018, lk 1-2.

⁵ Euroopa Komisjon. Monopolidevastane võtlus: e-kaubanduse sektori uuring näitab, et geoblokeerimine on levinud terves ELis. 18.03.2016. Kättesaadav: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/et/IP_16_922

⁶ Eurostat. E-commerce statistics for individuals. 2020.

⁷ M.L. Flórez Rojas. Are online consumers protected from geo-blocking practices within the European Union? International Journal of Law and Information Technology, 2018, 26, lk 120.

⁸ Euroopa Liidu statistikaamet

veebipoest ostes ei esinenud probleeme ligi 65% e-ostlejatel. Kõige sagedasemad probleemid, millega tarbijad kokku puutusid, oli kaupleja veebilehel märgitud infost aeglasem kauba kohaletoomine (19%) ning tõrked kauba tellimise ja maksmisega (12%). Umbes 4% e-ostlejatel olid veebist ostes lõppkulud algselt avaldatud hindadest suuremad.⁹ Samuti ei olnud välisriikides asuvatele klientidel võimalik teha piiriüleseid internetipõhiseid oste, kuna kauplejad tõkestasid nende juurdepääsu veebisaitidele, suunates nad edasi teiste liikmesriikide veebisaitidele, keeldudes piiriüleseid tarneid tegemast või välismakseid vastu võtmast.¹⁰ Suurem osa tarbekaupadega seotud geoblokeerimise meetmetest tuleneb jaemüüjate ühepoolsetest äriotsustest piiriülest müüki mitte teha. Siiski märkis enam kui 11% jaemüüjatest, et neil esinevad piiriüleised müügipiirangud vähemalt ühe nende poolt müüdava tootekategooria kohta.¹¹ Probleeme võivad tekitada ka territoriaalsed piirangud, mis vähendavad jaemüüjate suutlikkust müüa aktiivselt ja passiivselt klientidele kaupu väljapool oma liikmesriiki. Näiteks ei piirdu osa teatud aktiivsetest müügipiirangutest territooriumidega, mis on ainuõiguslikult eraldatud teistele turustajatele või mis on eraldatud tarnijale. Osad valikulist turustussüsteemi kasutavad tarnijad on piiranud volitatud jaemüüjate võimalusi müüa tarbekaupu kõigile sellel territooriumil asuvatele tarbijatele mitmes riigis, kus valikulist turustussüsteemi rakendatakse.

Lisaks tarbekaupade geoblokeerimisele on laialdaselt levinud ka olukorrad, kus digitaalse infosisu pakkujad piiravad teiste liikmesriikide kasutajate juurdepääsu nende pakutavale digitaalsele infosisule. internetiõigusi litsentsitakse enamasti riigiti või väheste, ühist keelt jagavate liikmesriikide territooriumide kaupa. Seda eelkõige seoses infosisuga, mis võib sisaldada kvaliteettooteid, näiteks sporti 60%, filme 60% ning telefilme ja -sarju 56%. Suur osa digitaalse infosisu pakkujatest (68%) piirab teiste liikmesriikide kasutajate juurdepääsu nende internetipõhisele digitaalsele infosisule, mis sisalduvad õiguste omajatega sõlmitud lepingutes.¹²

Tulenevalt eelnevast on käesoleva magistritöö eesmärgiks välja selgitada, kas Eesti e-kauplejate poolt on tagatud määruse järgimine piiriüleste ostude puhul. Seatud eesmärgi täitmiseks viidi läbi kvantitatiivne uuring, mille käigus sooviti teada, kas ning millises

⁹ Eurostat. E-commerce statistics for individuals. 2020.

¹⁰ Euroopa Komisjon. Komisjoni aruanne Nõukogule ja Euroopa Parlamendile. E-kaubandussektori uuringu lõpparuanne. Brüssel, 10.5.2017. COM(2017) 229 final lk 12.

¹¹ *Ibid.*, lk 13.

¹² *Ibid.*, lk 14-15.

ulatuses rakendavad Eesti e-kauplejad teiste liikmesriikide tarbijate suhtes põhjendamatut asukohapõhist tõkestust¹³. Antud küsimusele vastamiseks käsitleb autor geoblokeeringu määruse artikleid 3, 4 ja 5, kuna määruse eesmärgiks on aidata kaasa siseturu nõuetekohasele toimimisele, hoides ära tarbijate otsest või kaudset põhjendamatut asukohapõhist tõkestust ja muud diskrimineerimist seoses kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel.

Käesoleva magistritöö sisu on jagatud kolmeks peatükiks. Esimeses peatükis selgitatakse geoblokeeringu mõistet ning antakse ülevaade geoblokeeringu kontseptsioonist ja selle rakendamisest. Lisaks selgitab autor esimeses peatükis geoblokeeringu määruse artiklite 3, 4, 5 olemust ja kohaldatavust. Eraldi alapunktina on käsitletud EL pakiveoturgu, mis mängib olulist rolli piiriülestel ostudel.

Teises peatükis uurib töö autor, kas valimisse võetud 50 Eesti äriregistris registreeritud e-kauplust täidavad geoblokeeringu määrusest tulenevaid kohustusi ja võimaldavad veebis ostude sooritamist vastavalt määruse artiklites 3, 4 ja 5 sätestatud nõuetele. Uuringu läbiviimisel on keskseks küsimuseks selgitada välja, kas Eesti e-kauplejad tagavad välisriigi tarbijatele juurdepääsu oma veebipoe võrguliidesele ilma, et neid kodakondsuse, elukoha või asukoha pärast blokeeritakse. Ühtlasi uurib töö autor, kas e-kaupleja on seadnud mingisuguseid piiranguid kaupade ja teenuste kättesaadavusega e-kauplusest ning kas esineb tarbijate põhjendamatut diskrimineerimist seoses maksevahenditega.

Magistritöö kolmandas osas analüüsib töö autor, kas määrust on võimalik laiendada ka piiriüleselt autoriõigusega kaitstud teostele, kahjustamata sealjuures autorite huve ja õigusi. Antud peatükis uurib töö autor EL-s kehtivat territoriaalsuse põhimõtet ning millised kitsaskohad sellega kaasas käivad. Samuti uurib autor autoriõiguste geoblokeerimist ning kas tarbijad peaksid saama vaba juurdepääsu autoriõigustega kaitstud sisule.

Magistritöö teema on uudne, kuna töös käsitletakse geoblokeeringu aspekte, mida on varem vähesel määral uuritud. Eestikeelsete materjalide vähesuse tõttu on kasutatud peamiselt EL loodud õigusloome materjale ning eelnevalt EL liikmesriikides läbiviidud uuringuid ja teemakohaseid artikleid.

¹³ Käesolevas töös kasutatakse läbivalt asukohapõhise tõkestuse asemel geoblokeeringu sõnastust.

Eestis on geoblokeeringu mõjusid varem uurinud Reelika Metshein (juhendaja Sandra Särava), kes kirjutas magistriöö “Ettevõtlusvabadus ja geoblokeeringute kaotamine autoriõigusega kaitstud sisuga toodetelt”.¹⁴

Magistritöö peamised märksõnad on geoblokeerimine ja autoriõigus.

¹⁴ R. Metshein. Ettevõtlusvabadus ja geoblokeeringute kaotamine autoriõigusega kaitstud sisuga toodetelt. Magistritöö. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool õiguse instituut 2018.

1. Geoblokeeringu mõiste ja Euroopa Liidu geoblokeeringu määrus

1.1. Geoblokeeringu mõiste

Euroopa Komisjon võttis 2015. aasta mais vastu Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia, mis keskendub eelkõige Euroopa ülesele tarbijate ja ettevõtjate paremale juurdepääsule internetikaupadele ja -teenustele.¹⁵ EL ühtsel turul kaupadele ja teenustele kehtestatud vabast juurdepääsust saab kasu rohkem kui 500 miljonit kodanikku ja 20 miljonit EL-i äriühingut.¹⁶ Komisjon tegi ettepaneku lõpetada liikmesriikides veebipõhisel kauplemisel põhjendamatu geoblokeerimine, suurendada piiriülese pakiveo hindade läbipaistvust ning vähendada täiendavate ühtlustamismeetmete kaudu eri liikmesriikide autoriõigust.

Eespool nimetatud ühtse turu strateegia defineerib geoblokeerimist kui tegevust, mille korral piiratakse tarbijatele juurdepääsu teiste liikmesriikide e-kaupluste veebisaitidele või kui juurdepääs säilib, siis ei ole neil võimalik antud e-kauplusest tooteid või teenuseid osta. Lisaks võib esineda olukord, kus tarbija suunatakse sama e-kaupleja asukohariigi veebilehele, kuid uuel leheküljel on kajastatud juba teistsugused hinnad, tooted või teenused.¹⁷ Määruse kohaselt on lisaks geoblokeerimisele keelatud ka geodiskrimineerimine, mis hõlmab teistsuguste tingimuste pakkumist teistest EL liikmesriikidest pärit tarbijatele ja/või takistatakse tarbijat ostu lõpetamisel või piiratakse makse tegemist.¹⁸

¹⁵ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia. Brüssel, 6.5.2015 COM(2015) 192 final, lk 3.

¹⁶ European Commission. Commission Staff Working Document 4 Assessment. Accompanying the document proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council: on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market. Brussels, 25.5.2016 SWD(2016) 173 final, lk 7.

¹⁷ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia. Brüssel, 6.5.2015 COM(2015) 192 final, lk 6.

¹⁸ B. Kövecses. The new EU Geo-Blocking Regulation and why it Affects You. – Budapest Business Journal 5/2018, lk 18.

Geoblokeerimine on ruumiliselt teadlik filtreerimistehnoloogia, mis kasutab IP-aadresside andmebaase kasutaja asukoha määramiseks ning on muutunud võtmemehhanismiks rahvusvahelise videovoogude liikluse haldamiseks ja riiklike meediaturgude eraldatuse säilitamiseks. Kui tarbija asub kindlas asukohas, võimaldatakse talle juurdepääs veebilehel olevatele kaupadele või teenustele, väljaspool lubatud tsooni suunatakse tarbija teisele veebilehele või näeb ta tõrketeadet, näiteks „see video ei ole teie piirkonnas saadaval.“¹⁹ Geoblokeerimist saab rakendada Internetis avaneva lehekülje sisule, mis võib olla nii tasuline (Netflix) kui ka tasuta (Youtube). Saab väita, et geoblokeerimine põhineb tehnoloogiatega kogumil, mida nimetatakse geolokatsiooniks, mis tuvastab kasutaja füüsilise asukoha, rakendades GPS funktsioone, mille järgi saab tuvastada juba kasutaja täpse asukoha.²⁰ Üsna levinud nähtus on kui tarbija viibib ajutiselt teises liikmesriigis, kasutab ta geoblokeerimisest kõrvalehoidmise vahendeid kui ta soovib oma sisule juurdepääsu, mis tema elukohariigis on kättesaadav ja mille eest on ta juba maksnud. Siin oleks arutelu koht tuvastamiseks, kas tagades sisu juurdepääsu EL-i liikmesriikide elanikele, ka sellisel juhul kui nad viibivad ajutiselt teises riigis, tuleks kasutajate liikumist jälgida ning igakord nende identiteet autentida, kui nad pääsevad oma sisule ligi. See tooks kaasa olukorra, kus teenusepakkujad peavad rakendama geolokatsiooni, asukoha jälgimise ja autentimise mehhanisme, et kontrollida, kas teatud kasutajatel on õigus antud hetkel sisu kaasaskantavusele. Selline stsenaarium tekitaks omakorda küsimusi, et kas kasutajate suurem jälgimine teenusepakkujate poolt oleks ühiskonna poolt ikkagi sellisel kujul aktsepteeritav.²¹

Vastates küsimusele, kas keegi on kokku puutunud geoblokeeringuga või on esinenud muid piiranguid EL piiirülesel ostlemisel, kinnitab enamik tarbijaid ja tarbijaorganisatsioone (89,4%), et nad on kogenud geoblokeeringut. Tavalisemad piirangud, mida tarbijad sõltumata majandussektorist või ostetud kaupade ja teenuste liigist kohtavad, on müügist keeldumine (sealhulgas automaatne ümbersuunamine), kohaletoimetamisest keeldumine ning erinev hind (piiriülesel ostlemisel ja allahindluse tegemisest keeldumine).²²

¹⁹ R. Lobato, J. Meese. Geoblocking and global video culture. – Theory on Demand 18/2016, lk 10.

²⁰ T. K-Oz. Geoblocking and the Legality of Circumvention. – Idea: The Intellectual Property Law Review 57/2017, lk 390.

²¹ M. Trimble, S.S. Lionel, W.S. Boyd. The role of geoblocking in the Internet legal landscape. IDP. Revista de Internet, Derecho y Política. No. 23, lk 54.

²² Euroopa Komisjon. Geoblokeeringut ja muid geograafilisi piiranguid ELis ostlemisel ja teabele juurdepääsemisel. Brüssel, 18.03.2016, lk 7.

Digitaalse ühtse turu strateegia rakendamisega sooviti edendada Euroopas majanduskasvu, avardada liikmesriikide Interneti kasutusvõimalusi ja kõrvaldada piiriülesed tõkked. Sellest hoolimata on liikmesriikides elavad tarbijad andnud teada, et neil tuleb peale ühtse turu strateegia rakendamist maksta suuremat hinda kultuuri- või spordiürituste piletite eest, muuseumide või turismikeskuste külastamisel ning praamipiletite ostmisel või autode rentimisel. Ajavahemikul 2010 – 2015 esitasid tarbijad Euroopa tarbijakeskuste võrgustikule ECC-Net²³ 754 kaebust, mille sisu oli seotud internetitehingutega ja tarbijate elukoha diskrimineerimisega.²⁴

Tarbijate sõnul on nad jaemüügisektoris kohanud geoblokeerimist eelkõige rõivaste, jalatsite, arvutiriistvara, füüsiliste andmekandjate ja elektroonikaseadmete ostmisel. Digitaalsektoris on aga keeruline osta või ligi pääseda voogedastusteenustele, e-raamatutele, arvutimängudele ja tarkvarale. Lisaks kaupade ja teenuste raskendatud kättesaamisele, kogevad tarbijad üsna tihti geoblokeeringut ka majutuse ja lennupiletite broneerimisel, auto rentimisel või kultuuri- ja meelelahutusteenuste puhul.²⁵ Tavapoes oleks ennekuulmatu olukord kui itaallane sooviks näiteks Prahast asuvast kauplusest osta kingi ja müüjal oleks seejärel õigus küsida temalt isikut tõendavat dokumenti ning öelda, et kuna olete itaallane, siis tuleb teil kingade eest rohkem maksta kui kohalikel tarbijatel. Samas on selline käitumine Internetis väga levinud ja kogeme seda igapäevaselt, kuid füüsilises ruumis oleks selline asi mõeldamatu.²⁶

Euroopa Tarbijate Organisatsioon (ingl k *The European Consumer Organisation*) on teinud kindlaks kaks peamist valdkonda, kus tarbijad tunnetavad geoblokeerimist kõige enam:

- Veebipõhiselt kaupade ja teenuste müümisel, kuna ettevõtted keelduvad sageli müügist kaupleja asukohast erinevas liikmesriigis elavatele tarbijatele. Testostude (ingl k *Mystery shopping*)²⁷ raames ilmnes, et sõltuvalt riigist või piirkonnast rakendavad kümnest e-kauplejast kuus kuni kaheksa kauplejat välisriigi tarbijatele geoblokeeringut.

²³ Euroopa tarbijakeskuste võrgustik, mis asub kõikides liikmesriikides.

²⁴ M.L. Flórez Rojas. Are online consumers protected from geo-blocking practices within the European Union? *International Journal of Law and Information Technology*, 2018, 26, lk 122.

²⁵ Euroopa Komisjon. Geoblokeeringut ja muid geograafilisi piiranguid ELis ostlemisel ja teabele juurdepääsemisel. Brüssel, 18.03.2016, lk 7-8.

²⁶ P. Leung. DSM sparks debate over differential pricing in Europe. – *Managing Intellectual Property* 7/6/2015, lk 12.

²⁷ European Commission. Mystery shopping survey on territorial restrictions and geo-blocking in the European Digital Single Market. Final Report 2016. Kättesaadav: <https://op.europa.eu/et/publication-detail/-/publication/2f45c29f-c35b-11e6-a6db-01aa75ed71a1> (09.03.2020).

- audiovisuaalsete teoste puhul annab õiguste valdaja levitajatele asukohariigi kaupadele ainulitsentse ning tihti lisatakse lepingusse ka klausel, mis takistab neil teistes liikmesriikides elavaid tarbijaid teenindamast.²⁸

Kauplejad on esile toonud, et rakendavad geoblokeerimist eelkõige põhjustel, mis tulenevad liikmesriikide vahelistest käibemaksueeskirjadest, erinevatest tarbijakaitseõigustest ja suurtest tarnekuludest. Osad kauplejad tõid põhjuseks, et soovisid järgida autoriõiguse ja litsentseerimise piiranguid, täita eelarve täitmisega seotud aruandluse ja auditeerimise nõudeid, enda ärimudeleid või lepingulisi kohustusi. Esile tuuakse ka erinevates EL liikmesriikides kehtestatud tehniliste nõuete erinevust, esinevat bürokraatiat ning soovi vältida õigusvaidlusi.²⁹

Sooviga lõpetada EL liikmesriikides tarbijate valikuvõimaluste piiramise, rahulolematust ja Euroopa siseturu killustatus, jõustus 23. märtsil 2018. aastal geoblokeeringu määrus (EL) 2018/302. Selles sätestatud kliendi päritolu- ja asukohapõhised diskrimineerimiskeelud kohaldusid vastavalt määruse rakendussättele üheksa kuud pärast selle jõustumist. Määruse eesmärgiks on hoida ära tarbijate diskrimineerimine kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel, sealhulgas põhjendamatu asukohapõhine tõkestus, kaupleja ja tarbija vahelistes piiriülestes tehingutes, mis on seotud kaupade müügi või teenuste osutamisega liidus.

Käesolevas töös jäetakse määrusega seotud aspektidest esialgu välja teenused, mille sisu on autoriõigusega kaitstud teoste või muu autoriõigusega kaitstud materjali kättesaadavaks tegemine ja nende kasutamise võimaldamine, sealhulgas autoriõigusega kaitstud teoste või autoriõigustega kaitstud materjali müümine mittemateriaalses vormis. Neid teemasid käsitletakse eraldi töö kolmandas osas. Geoblokeeringu määruse artikkel 9 sätestab läbivaatamisklausli, mille kohaselt hindab Komisjon aastal 2020 ja edaspidi iga viie aasta tagant määruse üldist mõju siseturule ja piiriülesele e-kaubandusele. Ühtlasi hinnatakse, kas käesolevat määrust saab kohaldada ka autoriõigustega kaitstud teostele ja materjalidele, sealhulgas autoriõigusega kaitstud teoste või kaitstud materjali müümist mittemateriaalses

²⁸ The European Consumer Organisation. European Commission's Proposal to Tackle Geo-blocking in the EU. BEUC Position Paper. Brussels 2016, lk 3. Kättesaadav: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-090_are_beuc_position_paper_geo-blocking.pdf (18.03.2020).

²⁹ *Ibid.*, lk 8.

vormis selliselt, et kauplejatel on asjaomaste territooriumide jaoks olemas vastavad õigused.³⁰

Määrust tuleb vaadata Euroopa Komisjoni poolt esitatud üldise e-kaubanduse meetmepaketi osana, mille tulemuslikkust määrus peaks tugevdama. Eespool nimetatud meetmepaketi põhieesmärgiks on ennekõike piiriüleselt eksisteerivate tõkete eemaldamine ning luua ühtne ja selge e-kaubanduse raamistik, mis keskenduks kolmele peamisele eesmärgile: (i) tarbijate usalduse ja kauplejate kindlustunde suurendamine; (ii) parema ligipääsu tagamine e-kaupluses olevatele kaupadele ja teenustele; (iii) tehingukulude ja halduskoormuse vähendamine kauplejatel.³¹ Antud juhul peaks geoblokeeringu määrus eelkõige soodustama EL piiriülest e-kaubandust, mis kaitseks tarbijaid Internetis ostude sooritamisel senisest enam, muudaks piiriülese pakiveo tarnekulud taskukohasemaks ning tooks EL üleselt kaasa selgemad ja arusaadavamad käibemaksu reeglid.³²

Käesoleva töö autori arvates võib uskuda, et geoblokeeringu kadumisega suureneb piiriülese e-kaubanduse maht. Ühtlasi tooks see liikmesriikide tarbijatele kaasa soodsamad hinnad, laiema kauba ja teenuste valikuvõimaluse ning mõjutab positiivselt kogu Euroopa majandust tervikuna. Geoblokeeringu kadumist soodustaks kui piiriülestes e-kauplustes tehtavad tehingud oleksid lihtsamad ning õigusnormid selgemad ja arusaadavamad, mis omakorda julgustaks rohkemaid ettevõtteid piiriülese müügiga tegelema. Teistpidi looks see ka tarbijates usaldust ja kindlustunnet piiriülese e-kaubanduse vastu. 57% ettevõtteid tunnistab, et kui kõikides EL-i liikmesriikides oleksid rakendatud ühesugused e-kaubanduse normid, sooviksid nad hakata tegelema piiriülese müügiga või suurendaksid sellise müügi mahtu.³³

³⁰ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatut asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018.

³¹ Euroopa Komisjon. Küsimused ja vastused asukohapõhise tõkestuse määruse kohta e-kaubanduses. 2018, lk 5.

³² Euroopa Komisjon. Avaldus, Digitaalsel ühtsel turul hakkavad kehtima uued ELi õigusnormid, et eurooplased saaksid piiriüleseid internetioste teha piiranguteta. Brüssel 30. november 2018, lk 1.

³³ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendi, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia. Brüssel, 6.5.2015 COM(2015) 192 final, lk 4-5.

1.2. Geoblokeeringu määruse sisu

Geoblokeerimise määruse sisu hõlmab peamiselt ühepoolseid meetmeid, mille kauplejad³⁴ on tarbijate suhtes võtnud. Määruse rakendamise vaates on oluline, et teenuseosutaja tegevus oleks seotud tema majandus- või kutsetegevusega ning juhul kui selline tegevus puudub, ei ole võimalik rääkida geograafilisest geoblokeerimisest. Mõiste tarbija hõlmab ühelt poolt (i) tarbijat, kes on liikmesriigi kodanik või kelle elukoht on liikmesriigis ja teiselt poolt (ii) äriühingut, mille tegevuskoht asub liikmesriigis, ta saab osta teenust või kaupu ja soovib seda teha EL-s üksnes lõppkasutuse eesmärgil. Geoblokeerimise määrus kaitseb mitte ainult tarbijaid, vaid ka ettevõtteid, kes ostavad kaupu ja teenuseid ainult lõppkasutuse eesmärgil. Määruse kaitse ei kohaldu nendele ettevõtetele, kes ostavad kaupu või teenuseid hilisemaks edasimüügiks, ümberkujundamiseks, töötlemiseks, rentimiseks või alltöövõtuks.³⁵

Määruse eesmärk on tegeleda EL sisese geoblokeeringu tõkestusega ning soodustada ja tugevdada liikmesriikide vahelist siseturgu. Probleemiks on EL liikmesriikide erinevad õigusaktid, mis EL tasandil toovad omakorda kaasa erinevad riiklikud standardid, vastastikuse tunnustamise või ühtlustamise puudumise. Kõik need erinevused mõjutavad EL siseturgu ja aitavad jätkuvalt kaasa siseturu killustatusele. Kaupleja ei tohi blokeerida ega piirata klientide juurdepääsu e-kaupluse võrguliidestele kliendi kodakondsuse, elukoha või asukoha tõttu. Kuna direktiivi 2006/123/EÜ artikkel 20 ei ole teenuste kasutaja diskrimineerimise osas oma eesmärgi saavutanud, siis juhivad geoblokeeringu määruse artiklid tähelepanu olukordadele, kus tarbijate erinev kohtlemine seoses tema kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ei ole õigustatud. Geoblokeeringu määrust kohaldatakse võrdselt kõigi EL liikmesriikides tegutsevatele kauplejatele, sealhulgas internetiturundajatele, olenemata nende tegevuskohast. See langeb kokku EL-i toimimise lepingu artiklite 101 ja 102 geograafilise kohaldamisalaga. Põhimõtteliselt kohaldatakse Euroopa Liidu toimimise

³⁴ „Kaupleja“- füüsiline või juriidiline isik, olenemata sellest, kas ta on era- või avalik-õigusliku isiku omandis, kes tegutseb eesmärgil, mis on seotud kaupleja kaubandus-, ettevõtlus-, oskus- või kutsetegevuses, kaasa arvatud teiste isikute kaudu, kes tegutsevad kaupleja nimel või ülesandel.- (EL) 2018/3020

³⁵ L. Solek, E. B. Blumental. Geo-blocking at the cross-section between competition law and regulation. – European Competition Law Review 41(1)/2020, lk 3.

lepingu³⁶ artikleid 101 ja 102 võrdselt kõigi majandustegevuse vormide suhtes, olenemata konkreetsest sektorist, millega need tegevused on seotud.

Lisaks on kauplajatel vabadus küsida erinevaid hindu ning sihtida teatud tarbijaid konkreetsetel territooriumidel. Selline võimalus mõjutab kindlasti ühte osa tarbijaid, kelle puhul kaupleja keeldub piiriülesest müügist, jättes nad ilma suuremast valikust ja soodsamatest hindadest. Samas kui kõikidel liikmesriikide tarbijatel oleks juurdepääs kaupleja e-kauplusele, oleks kauplajal siiski õigus keelduda kauba tarnimisest teise liikmesriiki kui see on seotud liialt suurte kulude ja riskidega.³⁷

Geoblokeeringu määrase järgi peavad kauplajad tagama tarbijatele samasuguse juurdepääsu ja võimaluse omandama kaupu ja teenuseid kui kohalikele.³⁸ Sellest tulenevalt ei saa kauplajad rakendada enam erinevaid tingimusi näiteks hotellide broneerimisel või autorendi teenuse osutamisel. Lisaks annab see tarbijatele võimaluse näha kauplajate pakkumisi lisaks enda riigile ka teistes liikmesriikides, mis võib omakorda avaldada ettevõtetele survet hinnakujunduseks.³⁹ Veel hiljaaegu pidid näiteks sakslased ja britid, kes soovisid külastada Pariisis asuvat Disneylandi veebist piletit ostes rohkem raha välja käima kui kohalikud. Samuti võis leida Austria suusakuurortides allahindlusi, mis olid samuti mõeldud ainult kohalikele.⁴⁰

Kui tarbijatel on esimest korda juurdepääs kaupleja veebilehele, tuleks tarbijatele anda võimalus valida, kas nad eelistavad juurdepääsu kaupleja võrguliidesele teises liikmesriigis või tarbija enda elukohariigis. Tehtud valik peaks jääma kehtima samal veebilehel ka kõikidel järgmistel külastuskordadel, kuid tarbijale peab jääma võimalus oma valikut muuta ja sellisel moel, et kõik võrguliidese versioonid jäävad kergesti ligipääsetavaks.

Geoblokeerimise määrust ei kohaldata eelkõige järgmiste ettevõtete majandustegevuste suhtes: (i) finantsteenused; (ii) elektroonilised sideteenused ja -võrgud; (iii) teenused transpordi valdkonnas, mis suuresti hõlmab reisipiletite müüki; (iv) hasartmänguteenused; (v)

³⁶ Euroopa Liidu toimimise lepingu konsolideeritud versioon. – ELT C 326, 26.10.2012.

³⁷ Euroopa Komisjon. Roheline raamat „Euroopa lepinguõiguse loomise võimalused tarbijate ja ettevõtjate jaoks“. Brüssel, 1.7.2010. KOM(2010) 348 lõplik, lk 5.

³⁸ Competition and Consumer Protection Commission. New Geo-blocking Regulation commences. 10.12.2018.

³⁹ K. Kirrage, O. Clarke. Does the Digital Single Market mean the end of geo-blocking in Europe? 2016, lk 5
Kättesaadav: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-633-8046?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-633-8046?transitionType=Default&contextData=(sc.Default))

⁴⁰ J. Hojnik. Tell me where you come from and I will tell you the price: Ambiguous expansion of prohibited geographical price discrimination in the EU. Common Market Law Review 56, lk 25.

tervishoiu ja teatavad sotsiaalteenused, (vi) audiovisuaalteenused. Ühtlasi on määruse mittediskrimineerivate sätete eest vabastatud need väikeettevõtjad, kes saavad käibemaksuvabastuse nendes liikmesriikides, kus nad tegutsevad.⁴¹ Määrus jäetakse kohaldamata ka EL liikmesriigi sees, juhul kui tarbija ja kaupleja vaheline ostu-müügitehing on sõlmitud ühes õigusruumis. Oluline on, et tarbija ja kaupleja elukoht või asukoht, ostu korral tehingu täitmise koht, tehingu või pakkumuse tegemisel kasutatud maksevahendid ning võrguliidese kasutamine oleksid erinevad.

Euroopa Komisjon on otsustanud geoblokeeringu määrusest esialgu jätta välja audiovisuaalteenused, nagu filmid, telesaated, spordisaated ja raadioülekanded, mille kasutamine ja vaatamine sõltub territoriaalsetest ainulitsentsidest. Kuigi eelpool nimetatud määruse artikkel 9 lg 2 lubab selles vallas viia läbi hindamise, mille eesmärk on uurida, kas ja kuidas võimaldada juurdepääs autoriõigusega kaitstud teostele või kas nende müümine mittemateriaalses formaadis rikub autoriõiguseid tingimusel, et kauplejal on asjaomaste territooriumide jaoks õigused olemas.⁴²

Geoblokeeringu määruse eesmärgiks on tegeleda põhjendamatult asukohapõhise tõkestuse probleemiga, kõrvaldades siseturu toimimise teatavad tõkked. Samal ajal tuleb aga meeles pidada, et paljud erinevused liikmesriikide õigusaktides, (näiteks erinevused, mille tagajärjeks on erinevad riiklikud standardid või vastastikuse tunnustamise või ühtlustamise puudumine EL tasandil), kujutavad endast piiriülesele kaubandusele ikka veel tõsist takistust. Need takistused põhjustavad jätkuvalt siseturu killustatust, jättes eelkõige just tarbijad nõrgemasse positsiooni.

Määrusega soovitakse käsitleda nii otsest kui ka kaudset diskrimineerimist. Sellest tulenevalt soovitakse hõlmata ka põhjendamatult erinevat kohtlemist muude kriteeriumide alusel, mis viivad sama tulemuseni nagu kriteeriumide kohaldamine, mis põhineb otseselt tarbija kodakondsusel, elukohal – sealhulgas olukorras, kus asjaomane tarbija viibib alaliselt või

⁴¹ The European Consumer Organisation. Geo-blocking in the European Union. Recommendation for the trilogue negotiations. Brussels 2017, lk 2-4.

European Commission's Proposal to Tackle Geo-blocking in the EU. BEUC Position Paper. Brussels 2016, lk 3. Kättesaadav: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-090_are_beuc_position_paper_geo-blocking.pdf (18.03.2020).

⁴² Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatult asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018.

ajutiselt teises liikmesriigis või asukohas. Muid kriteeriume võib kasutada eeskätt teabe alusel, millest nähtub tarbija füüsiline asukoht, nagu IP-aadress, mida kasutatakse kasutajaliidesele juurdepääsul, kaupade tarnekohana märgitud aadress, keelevalik või liikmesriik, kus on väljastatud tarbija maksevahend.⁴³ Suur osa ettevõteteid takistab siiski jätkuvalt piiriülest kaubandust, kes piiravad oma tegevust teatava riigi või riikide rühmaga ning kehtestavad kaubandustavad, mis diskrimineerivad tarbijaid kodakondsuse või elukoha alusel.

Geoblokeerimine võib toimuda Interneti kaudu sooritatava ostuprotsessi eri etappidel ja hõlmata järgmisi tegevusi:

- Võrguliidesele või liidese konkreetsele sisule juurdepääsu blokeerimine;
- Tarbijate ümbersuunamine teisele liidesele;
- Piiriüleste kaupade või teenuste ostmise takistamine veebisaidi registreerimise piirangutega;
- Kauba kättetoimetamisest keeldumine;
- Maksevahendi tagasilükkamine.⁴⁴

EL toimimise lepingu artikli 101 kohaldamisalast jäävad aga välja geoblokeerimismeetmed, mis tulenevad ettevõtjate ühepoolsetest otsustest, kuid samas antud artikli kohaldamisalasse kuuluvad geoblokeerimismeetmed, mis põhinevad teatud B2B vahelistel lepingutel või nende omavahel kooskõlastatud tegevusel.⁴⁵ Euroopa Kohus on oma lahendis *Football Association Premier League Ltd* selgitanud, et siseriiklike turgude eraldamisel minnakse vastuollu asutamislepingu eesmärgiga, mille eesmärgiks on turgude integratsioon ühtse turu loomise abil. Seega lepingud, milles kauplejad püüavad siseriiklikke turge eraldada riigipiiride järgi või mille käigus raskendatakse siseriiklike turgude läbipõimumist, saab üldjuhul pidada kokkulepeteks ning mille eesmärk oleks konkurentsi piiramine.⁴⁶

⁴³ *Ibid.*,

⁴⁴ European Parliament. Combating Consumer Discrimination in the Digital Single Market: Preventing Geo-Blocking and Other Forms of Geo-Discrimination. Study for the IMCO Committee. Brussels 2016, lk 12. Kättesaadav: [http://aei.pitt.edu/80216/1/IPOL_STU\(2016\)587315_EN.pdf](http://aei.pitt.edu/80216/1/IPOL_STU(2016)587315_EN.pdf) (05.12.2019).

⁴⁵ Euroopa Komisjon. Komisjoni aruanne Nõukogule ja Euroopa Parlamendile. E-kaubandussektori uuringu lõpparuanne. Brüssel, 10.5.2017. COM(2017) 229 final lk 13.

⁴⁶ ECJ 04.10.2011, C-403/08 ja C-429/08, *Football Association Premier League and other* p 139, I-9224.

Geoblokeeringu määruse nõuete täitmine eeldab ka EL liikmesriikide poolt suurema tähelepanu pööramist järelevalve tegevustele. Määratud liikmesriikide järelevalveastutused⁴⁷ peavad tagama määruse järgimise. Seoses sellega kohustub Komisjon EL liikmesriikide pädevaid tarbijakaitseasutusi omama jõustamisvolitusi liidusiseste tarbijaõiguse rikkumiste lahendamiseks. Need volitused peaksid hõlmama võimalust nõuda võrguplatvormidelt kauplejate kohta teavet, sulgeda veebisaite, domeene, sealhulgas nõuda kolmandalt isikult või teiselt riigiasutuselt selliste meetmete rakendamist või võimalust määrata kauplejatele karistusi. Selle tulemusena saaksid liikmesriikide tarbijakaitseasutused erivolitused, mille eesmärk oleks vältida ja karistada määrusega keelatud geoblokeerimist.⁴⁸

12. detsembril 2006. aastal vastu võetud Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiiv 2006/123/EÜ teenuste kohta siseturul artikkel 20 järgi peavad liikmesriigid tagama, et teenuse kasutajatele ei kohaldataks diskrimineerivaid nõudeid nende kodakondsuse või elukoha tõttu.⁴⁹

Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivi 2006/123/EÜ artikli 20 kohaselt peavad liikmesriigid tagama, et liidus asuvad teenuseosutajad ei kohtleks teenuse saajaid kodakondsuse või elukoha tõttu erinevalt. Kõnealune säte ei ole siiski osutunud diskrimineerimise vastu võitlemisel täielikult tõhusaks ega ole piisavalt vähendanud õiguskindlusetust. Geoblokeeringu määruse eesmärk on aga veelgi täpsustada direktiivi 2006/123/EÜ artiklit 20, määraes kindlaks teatavad olukorrad, kus erinev kohtlemine kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ei ole selle sätte kohaselt õigustatud. Kui aga käesoleva määruse sätted on direktiivi 2006/123/EÜ sätetega vastuolus, tuleb kohaldada käesoleva määruse sätteid.⁵⁰

Erinevalt teenuste direktiivist ja EL toimimise lepingust käsitleb geoblokeeringu määrus kõigi turuosaliste diskrimineerivat tegevust. Kuigi näiteks Euroopa Liidu toimimise lepingu⁵¹ artikkel 102 keskendub turgu valitsevate seisundi kuritarvitamisele ettevõtjate poolt, käsitleb geoblokeeringu määrus kõigi turuosaliste diskrimineerivat tegevust, olenemata nende

⁴⁷ Eestis on selleks Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet.

⁴⁸ P. Van Cleynenbreugel. The European Commission's Geo-blocking Proposals and the Future of EU E-commerce Regulation, lk 50.

⁴⁹ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 12.12.2006 direktiiv 2006/123/EÜ, mis käsitleb teenuste kohta siseturul. – ELTL 376, 27.12.2006, lk 60.

⁵⁰ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018.

turuvõimest.⁵² Määruse eesmärk on käsitleda nii otsest kui kaudset diskrimineerimist, hõlmates seega nii tarbijate põhjendamatut kohtlemist kaupleja internetipõhisele kasutajaliidesele, kaupade ja teenuse tarnimises kui ka tarbija maksevahendi diskrimineerimises.

⁵² J. Hojnik. Tell me where you come from and I will tell you the price: Ambiguous expansion of prohibited geographical price discrimination in the EU. *Common Market Law Review* 56, lk 34.

1.2.1. Geoblokeeringu määruse kohaldamisala

1.2.2. Juurdepääs internetipõhiste kasutajaliidestele

Interneti kasutajatel võivad olla erinevad ootused Interneti suhtes, sõltuvalt kogemustest andmekandjaga, kuid vaatamata sellele näib, et üks ootus on pidev aja ja põlvkondade lõikes: kasutajad näivad eeldavat, et Internet tagab igal ajahetkel piiramatut juurdepääsu teabele. Erinevatel kasutajatel võivad olla ka erinevad ootused selle kohta, mida „piiramatu“ juurdepääs tähendab. Mõnele kasutajale võib „piiramatu juurdepääs“ tähendada „tasuta“ tasu mõttes, teistele kasutajatele „piiramatu juurdepääs“ võib tähendada kõigile kättesaadavat ja kõikjal kättesaadavat, isegi kui see on mõnikord kättesaadav ainult tasu eest. Olenemata sellest on kasutajad siiski teadlikud veebisaidi geoblokeerimise tavadest.⁵³

Geoblokeerimise käigus piiratakse kasutaja juurdepääsu võrgusisule, mis tuleneb tarbija geograafilisest asukohast. Ligipääsu blokeerimine mõjutab eelkõige neid, kes reisivad sageli välismaal ja kes soovivad tarbida märkimisväärsel hulgal välismaist sisu.⁵⁴ Piiriülesele nii tarbekaupade kui digitaalse infosisu ostmisel võib kohata olukordi, kus kaupleja blokeerib ligipääsu või suunab tarbija mõnele teisele võrguliidesele.

Geoblokeeringu määruse artikli 3 kohaselt ei tohi kaupleja tõkestada ega piirata tehniliste vahendite abil või muul viisil klientide juurdepääsu oma internetipõhisele kasutajaliidesele kliendi kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel. Samuti ei tohi kaupleja suunata klienti tema kodakondsuse, elukoha või asukoha tõttu ümber oma internetipõhisele kasutajaliidesele, mis erineb kujunduse, kasutatava keele või muude tunnuste poolest kasutajaliidestest, millele klient algselt soovis juurde pääseda.⁵⁵ Selline olukord juhtub siis kui ühes liikmesriigis tegutsev kaupleja tõkestab või piirab teistes liikmesriikides asuvate, piiriüleseid tehinguid teha soovivate tarbijate juurdepääsu kaupleja kasutajaliidesele, näiteks veebisaitidele ja

⁵³ M. Trimble, S.S. Lionel, W.S. Boyd. The role of geoblocking in the Internet legal landscape. IDP. Revista de Internet, Derecho y Política. No. 23, lk 47.

⁵⁴ P. K. Yu. A Hater's Guide to Geoblocking. Boston University Journal of Science & Technology Law 503. 2019, lk 505.

⁵⁵ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018, lk 11.

rakendustele.⁵⁶ Selline tegevus võimaldab kauplajatel diskrimineerida erinevaid turge ning pakkuda eri turgudel erinevaid kaupu ja teenuseid erinevate hindadega. Lepingulistest kohustustest tähendab geoblokeerimine olukorda, kui sisu- ja teenusepakkujad sõlmivad lepinguid, mis nõuavad, et nad piiraksid juurdepääsu tarbija poolt soovitud sisule, kes soovib saada ühendust konkreetsetel territooriumil.⁵⁷

Lisaks eeltoodule on kauplajatel keelatud suunata tarbijaid enda veebilehelt edasi kasutajaliidese teise versiooni, välja arvatud juhul kui tarbija on selleks nõusoleku andnud.⁵⁸ Ometigi võib mõningatel juhtudel internetipõhisele kasutajaliidesele juurdepääsu tõkestamine, piiramine või tarbija ümbersuunamine ilma tema nõusolekuta alternatiivsele internetipõhisele veebilehele kliendi kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel olla vajalik, et tagada liidu õiguses või liikmesriigi õiguses liidu õiguse kohaselt kehtestatud õigusliku nõude täitmine, mida kauplaja peab kõnealuses liikmesriigis tegutsemise tõttu järgima. Niisugused õigusaktid võivad piirata teatavate kaupade või teenuste kättesaadavust tarbijatele, näiteks keelates konkreetse infosisu kuvamise mõnes liikmesriigis. Samas on kauplajatel õigus teatud territooriumidel tõkestada või piirata konkreetse tarbija või konkreetsete tarbijate juurdepääsu internetipõhisele kasutajaliidesele või nad sealt ümbersuunata, kui see on õigusaktiga kooskõlas ja vajalik.⁵⁹ Sellisel juhul tuleb tarbijat teavitada ja selgitada, miks juurdepääs on keelatud. Võimalik, et kasutaja saab laadida veebisaidi põhilehte, kuid leiab end olukorrast, kus sisselogimise nupp on kadunud või osa sisust pole saadaval.⁶⁰ Samas ei tohiks kauplajad suunata tarbijaid ümber enda kasutajaliidese järgmisele versioonile, mis on väljanägemiselt näiteks info paigutuselt esialgselt lehest erinev ning mille kasutamine muudab selle klientide jaoks erinevaks sõltuvalt konkreetse kasutaja rahvusest, elukohast või asukohast ja võrreldes sellega, kuhu tarbija algselt soovis ligipääsu.⁶¹ Geoblokeerimisest hoidumise kohustus kehtib ettevõtetele ka juhul, kui kauplajad ei suuna oma tegevust otseselt just selle EL riigi territooriumile, kus veebilehte külastav klient asub.

⁵⁶ Ibid., lk 1.

⁵⁷ M. Trimble, S.S. Lionel, W.S. Boyd. The role of geoblocking in the Internet legal landscape. IDP. Revista de Internet, Derecho y Políticas. No. 23, lk 49.

⁵⁸ L. Solek, E. B. Blumental. Geo-blocking at the cross-section between competition law and regulation. European Competition Law Review, lk 49.

⁵⁹ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018, lk 5.

⁶⁰ A. McDonald, jt. A Global View of CDN Geoblocking, lk 219.

⁶¹ P. Van Cleynenbreugel. The European Commission's Geo-blocking Proposals and the Future of EU E-commerce Regulation, lk 46-47.

Geoblokeeringu määrukses tuuakse ühtlasi välja, et kaupleja ei ole kohustatud kliendile andma juurdepääsu enda kasutajaliidesele juhul kui see on vajalik, et tagada EL õiguses või liikmesriikide õigusaktides sätestatud õigusnõude täitmine kooskõlas EL õigusega.⁶²

Kasutaja vaatenurgast esitab kogu veebilehe geoblokeerimine end HTTP olekukoodina 403. See kood on määratletud RFC 7231 kui vahend, mille abil server teavitab, et ta „sai taotlusest aru, kuid keeldub seda automatiseerimast“. Kuna teatud rahvusvaheliste sanktsioonide tõttu on mõne teenuse kasutamine keelatud, on asjakohane ka HTTP olekukood 451. Koodi eesmärk on teavitada kasutajaid, et nende taotlus on lükatud juriidilistel või reeglistikel põhjustel tagasi.⁶³

Osad kauplejad kasutavad enda internetilehe kuvamisel kasutajaliidese eri versioone, mis on suunatud eri liikmesriikides asuvatele klientidele. Kuigi eri versioonide kasutamise võimalus peaks alles jääma, on oluline aspekt kliendi nõusoleku küsimine. Klientide edasi suunamine ilma nende nõusolekuta ühest kasutajaliidese versioonist teise peaks olema EL sees keelatud. Kauplejaid ei peaks kohustama küsima kliendi sõnaselget nõusolekut iga kord kui klient külastab sama internetipõhist kasutajaliidest. Kui klient on andud sõnaselge nõusoleku, mh väljendades eelistust isikliku konto osas, tuleks seda pidada kehtivaks ka kõigil järgnevatel kordadel. Kõik kasutajaliidese versioonid peaksid aga jääma klientidele alati kättesaadavaks.⁶⁴ Näiteks kui eestlane soovib külastada Saksamaa elektroonika e-kauplust, mille domeeni lõpp on .de, suunatakse ta tagasi veebilehele, mille lõpp on .ee.

Käesoleva töö autor leiab, et lähtudes ühtse turu põhimõttest ja eesmärgist, milleks on toimiv sisepiirideta ja ühtne turg ning mis on keskendunud EL-s elavatele tarbijatele, ei tohiks kauplejad takistada kaupade ja teenuste vaba liikumist, blokeerides ligipääsu enda võrguliidesele ning sellisel viisil aidata kaasa niigi killustunud siseturule.

⁶² P. Van Cleynenbreugel. The European Commission's Geo-blocking Proposals and the Future of EU E-commerce Regulation, lk 46-47.

⁶³ A. McDonald, jt. A Global View of CDN Geoblocking, lk 219.

⁶⁴ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018, lk 5.

1.2.3. Piiriüleselt ostetud kaupade ja teenuste kättesaadavus

2015. aastal tegeles teistes EL liikmesriikides asuvatele tarbijatele veebi kaudu müümisega ainult 9% EL jaemüügisektori ettevõtetest, samal ajal kui kodumaistele tarbijatele müüs neist ainult 24%. Kogu majanduse lõikes tegeleb veebimüügiga ainult 19% VKEst (vrd 43% suurettevõtetest) ja ainult 8% VKEst müüb veebi kaudu teistele EL liikmesriikidele (vrd 23% suurettevõtetest).⁶⁵ Toodud numbrid näitavad väga ilmekalt kauplejate soovi mitte tegeleda piiriülese kaubandusega, mis võib viidata veebilehe juurdepääsu keelamises teiste liikmesriikide tarbijatele või kindlat soovi mitte müüa kaupu või teenuseid piiriüleselt. Geoblokeerimine toimub kõige sagedamini keeldumisel tarnida kaupu teistes liikmesriikides asuvatele klientidele, millele järgneb tarbija maksevahendi diskrimineerimine. Suurem osa kaupade geoblokeerimise meetmetest tuleneb kauplejate ühepoolsetest otsustest piiriüleselt mitte müüa. Geoblokeeringu rakendamiseks koguvad kauplejad erinevat tüüpi teavet tarbija asukoha kohta, nagu kliendi postiaadress, krediit- või deebetkaardi andmed või elukohariik.⁶⁶ Samas nähtub, et 2017. aasta andmete põhjal tegeleb 19,5% kõikidest ettevõtetest (vähemalt 10 töötajaga) veebimüügiga ning e-kaubandus moodustab kõigest 17,4% kogukäibest. Siiski võib märgata erinevusi liikmesriigiti, kui Iirimaal, Rootsis ja Taanis tegeleb veebimüügiga rohkem kui kolm ettevõtete kümnest, siis Rumeenias ja Bulgaarias vähem kui üks ettevõtte kümnest.⁶⁷

EL kaupade müügi ja teenuste osutamisega seotud tehingutest tuleneva diskrimineerimise mõju klientidele ja siseturule on ühetaoline, olenemata sellest, kas kaupleja asub liikmesriigis või kolmandas riigis.⁶⁸

Kui Eesti elanik soovib osta midagi Soome e-kauplusest, puudub tal õigus nõuda, et kaup tarnitakse Eestisse, juhul kui kaupleja pakub tarnet ainult Soome piires. Samas on tal

⁶⁵ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Terviklik lähenemisviis piiriülese e-kaubanduse ergutamisele Euroopa kodanike ja äriühingute jaoks. Brüssel, 25.5.2016 COM(2016) 320 final, lk 4.

⁶⁶ C. Hutchinson. Challenges to Competition of Geographic Restrictions to Online Sales of Goods and Digital Content, 2018, lk 276. Kättesaadav: <https://law-journal.hse.ru/data/2019/01/14/1146827651/Ючинсон.pdf>

⁶⁷ Euroopa Komisjon. Consumer Conditions Scoreboard. Consumers at home in the Single Market, 2019, lk 13. Kättesaadav: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumers-conditions-scoreboard-2019_en_1.pdf

⁶⁸ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018, lk 4.

võimalus taotleda kättetoimetamist Soome aadressile, nii nagu pakutakse kohalikele. Mittediskrimineerimise põhimõte kehtib ka olukordades, kus tarbija soovib saada elektrooniliselt osutavaid teenuseid.⁶⁹

Geoblokeeringu määrusega võeti vastu lähenemisviis olukordadele, kus kaupleja pakub komplekti, mis ühendab mitut teenust või siis kaupade kogumit, mille puhul mõned kuuluvad määruse reguleerimisalasse, teised mitte. Sellistes olukordades on kauplejad kohustatud järgima määruse kohast diskrimineerimiskeeldu üksnes selle osa suhtes, mis kuulub kohaldamisalasse.⁷⁰

Ettevõtjad ja ettevõtjate ühendused on korduvalt nimetanud erineva kohtlemise õiguspäraste objektiivsete põhjustena garantiide, käibemaksu, tarbijaõiguste ja keelenõuete erinevusi. Üldise märkusena toonitavad paljud ettevõtjad, et igal teenuse või kauba pakkujal peaks olema õigus otsustada oma tegevuse geograafilise ulatuse üle ja miski ei peaks sundima neid laiendama oma pakkumist turgudele, kus nad ei ole varem tegutsenud.⁷¹ Eurobaromeetri poolt läbiviidud uuring näitab selgelt, et audiovisuaalne ja muu elektrooniliselt edastatav autoriõigusega kaitstud sisu, nagu muusika, voogesitus ning e-raamatute ja -mängude allalaadimine on kõige populaarsem, mida tarbijad piiriüleselt otsivad. Hetkel on määrusest välja jäetud autoriõigusega kaitstud sisu kättesaadavaks tegemise võimaldamine mittemateriaalses vormis, kuid tulevikus ei saa seda kindlasti jätta tähelepanuta.

Eelkõige on interneti kasutajate arv, kes proovivad piiriüleselt eelpool nimetatud sisule juurdepääsu saada viimaste aastate jooksul peaaegu kahekordistunud, 2015. aasta 8%-lt 2019. aasta 15%-le. Kõige levinumad põhjused on just oma elukohariigis kättesaadavuse puudumine (44%) ja laiema valiku otsimine (39%).⁷²

Antud määruse artikkel 4 ei kohusta kauplejaid tegelema piiriülese kaubandusega, vaid võimaldama ja hõlbustama kavandatavaid piiriüleseid äritehinguid, mis toimuvad võrguliidesega, sealhulgas veebisaidi rakendustega, mida käitab kaupleja ning mille eesmärgiks on anda klientidele juurdepääs kaupleja kaupadele või teenustele.⁷³

⁶⁹ K. Sein. The draft Geoblocking Regulation and its possible impact on B2C contracts. Lk 150.

⁷⁰ J. Hojnik. Tell me where you come from and I will tell you the price: Ambiguous expansion of prohibited geographical price discrimination in the EU. Common Market Law Review 56, lk 35.

⁷¹ Euroopa Komisjon. Geoblokeeringut ja muid geograafilisi piiranguid ELis ostlemisel ja teabele juurdepääsemisel. Brüssel, 18.03.2016, lk 9.

⁷² Tech Law for Everyone. Eurobarometer survey published on awareness of rules about geo-blocking. 01.07.2019. Kättesaadav: <https://www.scl.org/news/10602-eurobarometer-survey-published-on-awareness-of-rules-about-geo-blocking> (11.01.2020).

⁷³ P. Van Cleynenbreugel. The European Commission's Geo-blocking Proposals and the Future of EU E-commerce Regulation, lk 45.

Ühtlasi sätestab määrus, et kauplejatel on õigus teha konkreetseid pakkumisi ainult liikmesriigi konkreetsele territooriumile või ainult teatava ühingu liikmetele, tingimusel, et antud valik ei ole seotud kodakondsuse, elukoha või asukohaga.⁷⁴ Määrusega on tahetud vältida olukorda, kus kaupleja oleks sunnitud müüma kaupa kõikides liikmesriikides.⁷⁵ Lisaks otsustusvabadusele, millisesse riiki oma kaupa või teenuseid müüa, ei kohusta määrus kauplejat järgima tarbija elukohariigis kehtivaid pakendamiseeskirju või tarnima kaupu või teenuseid, mis on illegaalsed.⁷⁶

Kauplejatele on jäetud valikuvabadus, mis annab neile võimaluse otsustada, kas tegeleda piiriülese müügiga või mitte. Reeglina, mida digitaalsem ja innovaatilisem on ettevõtte, seda suurem on tõenäosus, et soovitakse oma eksporti e-kaubanduse kaudu suurendada.

1.2.4. Kauplejate poolne diskrimineerimine seoses maksetega

E-kaubandus on muutunud Euroopas Liidus üha populaarsemaks. See annab tarbijatele võimaluse sooritada oste igal ajal ning igas kohas, lisaks annab juurdepääsu laiemale tootevalikule ning võrrelda kergesti hindu.

2018. aasta uuringule eelnenud aasta jooksul tegi 60% Euroopa elanikest vanuses 16-74 eluaastat veebipoest oste. 2008. aastal oli selleks näitajaks 32%. Viimase 10 aasta jooksul on veebipoodlejate osakaal Euroopa Liidus suurenenud kõikides vanuserühmades, kuid eriti just nooremate 16-24 aastaste (2008. aastal oli selleks näitajaks 40% ning 2018. aastal 72%) ja 25-34 vanuste seas (2008. aastal 46% ja 2018. aastal 78%).

Vaadates kõiki Euroopa liikmesriike eraldi sooritati vanusegrupis 16-74 eluaastat 2018. aasta andmete põhjal kõige rohkem veebioste Taanis (84%), Ühendkuningriigis (83%), Hollandis (80%), Rootsis (78%), Saksamaal (77%) ning Eestis (61%).⁷⁷

Määrusest tulenevalt on kauplejatel antud võimalus valida, millist makseviisi ta aktsepteerib. Määruse artikkel 5 kehtib elektroonilise maksevahendiga- krediitkorralduse, otsekorralduse või kaardipõhise makseinstrumendiga – tehtud maksetele ühe ja sama makselahenduse kaubamärgi ja makseliigi raames, kui autentimisnõuded on täidetud ja maksetehingud tehakse

⁷⁴ J. Hojnik. Tell me where you come from and I will tell you the price: Ambiguous expansion of prohibited geographical price discrimination in the EU. *Common Market Law Review* 56, lk 47.

⁷⁵ J. Mazur, K. Sledziwskab, D. Zieba. Regulation of Geo-blocking: does it address the problem of low intraEU iTrade? 2018. University of Warsaw Faculty of Economic Sciences, Working Papers No. 20/2018 (279), lk 6.

⁷⁶ Slaughter and May. Geo-blocking: new rules for traders. Lk 2.

⁷⁷ European Commission. Eurostat. Will you be shopping online today? 29.11.2019.

vääringus, mida kaupelaja aktsepteerib. Kauplejatel on võimalus valida, milliseid maksevahendeid ta oma veebilehel aktsepteerib, oluline on see, et sellisel juhul peab ta aktsepteerima ka selle tarbija korral, kes on väljastpoolt liikmesriiki, millele veebileht on suunatud.⁷⁸

Näiteks kui kaupleja müüb elektroonikaseadmeid ja pakub arvega, krediit- või otsekorraldusega maksmise võimalust ning tarnib kaupa ainult Austriasse ja Saksamaale. Kui arvet soovitakse tasuda Prantsusmaa pangakontolt või seda soovib teha Prantsusmaa elanik, siis ei tohi kaupleja sellest keelduda. Siiski ei pea kaupleja tarnima elektroonikaseadet Prantsusmaale (ja seega aktsepteerima arve tasumist kauba kättesaamisel), kui seda ei ole kaupleja üldtingimustega ette nähtud.⁷⁹

Ettevõtjatel ei ole lubatud keelduda teises riigis väljastatud maksevahenditest (nagu krediit- või deebetkaardid), kui nad aktsepteerivad oma riigis klientidele väljastatud sama liiki maksevahendeid. Kui näiteks Belgias asuv klient tahab osta mööblieset Saksamaal asuvalt ettevõtelt, siis kaupleja ei või takistada klienti ettevõtte veebisaidi külastamisest ega tellimuse esitamisest, ühtlasi ei tohi kaupleja keelduda aktsepteerimast kliendi kaarti, kui kaupleja aktsepteerib oma riigis klientidele väljastatud sarnaseid deebet- või krediitkaarte. Saksamaa kaupleja peab pakkuma sama tingimusi, nagu ta pakub kohalikele klientidele.⁸⁰

Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrusega (EL) nr 260/2012 on kõigil makse saajatel, sealhulgas kauplejatel juba keelatud eurodes tehtava makse aktsepteerimise tingimusena nõuda, et pangakonto peab asuma teatavas liikmesriigis. Ühtlasi peaks jääma kauplejale siiski õigus nõuda maksevahendi kasutamise eest mittediskrimineerivat tasu kooskõlas liidu õigusaktidega.⁸¹

Rumeenia kaupleja aktsepteeris varem ainult konkreetse kaubamärgi Rumeenias välja antud deebetkaarte ega võtnud vastu makseid, mis taheti teha sama kaubamärgi teises liikmesriigis välja arvatud krediitkaardiga. Niisugune tava on nüüd asukohapõhise tõkestamise määruse

⁷⁸ Euroopa Komisjon. Küsimused ja vastused asukohapõhise tõkestuse määruse kohta e-kaubanduses. 2018, lk 26.

⁷⁹ *Ibid.*, lk 27.

⁸⁰ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Terviklik lähenemisviis piiriülese e-kaubanduse ergutamisele Euroopa kodanike ja äriühingute jaoks. Brüssel, 25.5.2016 COM(2016) 320 final, lk 7.

⁸¹ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018, lk 7.

alusel keelatud. Kuid kui kaupleja üldiselt ei aktsepteerigi selle kaubamärgi krediitkaarte olememata väljaandmise riigist, siis võib ta oma kaubandustava jätkata.⁸²

Kauplejatel on keelatud kohaldada autentimisnõuetele vastavate elektrooniliste maksetingimuste suhtes erinevaid tingimusi.

Näiteks Saksamaal asuv klient soovib rentida Hispaania autorendi ettevõttest autot Saksamaa veebisaidi kaudu, ent mõistab, et autorendi ettevõtte Hispaania veebisaidil pakutakse rentida sama autot samadel kuupäevadel ja samadel tingimustel palju madalama hinnaga. Sellisel juhul ei tohi klienti takistada reserveerimast autot Hispaania veebisaidi kaudu. Samuti ei tohi hind äkitselt tõusta, kui klient on sisestanud andmed oma elukohariigi kohta. Kliendil on õigus samale tehingule nagu mis tahes teisel Hispaania veebisaidi kaudu autot reserveerival kliendil.⁸³

Lähtudes eelnevast võib küsida, mil määral mõjutab geoblokeeringu määrus kauplejate valmisolekut osaleda EL-i siseses kaubanduses, kuna esmapilgul näib, et sellest on rohkem kohustusi kui võimalusi. Nimelt digitaalne ümberkujundamine annab turgudele ja kauplejatele uusi võimalusi muutuda rahvusvaheliseks ja konkurentsivõimelisemaks. Tehnoloogia areng ja uued võimalused jõuda tarbijateni (B2B) ja teiste ettevõtetenäi (B2C), võimaldab igal ettevõttel osta või müüa piiriülevalt. Eriti väike- ja keskmise suurusega ettevõtted saavad e-kaubanduse kaudu oma tegevust kõige kiiremini laiendada. Kuivõrd just digitehnoloogiad on aluseks kaupade ja teenuste ostmisele ja müümisele internetis ning turustuskanalite laiendamise võimalus e-kaubanduse kaudu on antud ettevõtete jaoks suureks arenguvõimaluseks.⁸⁴

1.2.5. Asukohapõhise diskrimineerimise lubatavus

EL-i peamine eesmärk digitaalne ühtse turu loomisel on olnud piiriüleste tõkete kaotamine ja suuremate ostuvõimaluste andmine tarbijatele. Ideaalis peaksid tarbijad ja kauplejad saama

⁸² L. Solek, E. B. Blumental. Geo-blocking at the cross-section between competition law and regulation. European Competition Law Review, lk 27.

⁸³ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Terviklik lähenemisviis piiriülese e-kaubanduse ergutamisele Euroopa kodanike ja äriühingute jaoks. Brüssel, 25.5.2016 COM(2016) 320 final, lk 8.

⁸⁴ J. Mazur, K. Sledziwskab, D. Zieba. Regulation of Geo-blocking: does it address the problem of low intraEU iTrade? 2018. University of Warsaw Faculty of Economic Sciences, Working Papers No. 20/2018 (279), lk 8.

osta kaupu ja teenuseid seaduslikult, ohutult, turvaliselt ning taskukohaste hindadega.⁸⁵ Valikuvõimaluste piiramisega on geoblokeering põhjustanud tarbijates eelkõige rahulolematust ja suurendanud siseturu killustatust. Samuti sätestab määrus, et kauplejad ei tohiks oma internetipõhist kasutajaliidest ega tehnoloogilisi vahendeid kavandada viisil, mis ei võimalda tegelikkuses teiste liikmesriikide tarbijatel oma tellimusi ega oste e-kaupluses lõpule viia. Kuigi geoblokeering on oma olemuselt vastuolus digitaalse ühtse turu loomise eesmärgiga ning EL-i toimimise lepingu artikliga 18, mis keelab kodakondsuse alusel diskrimineerimise, võib geoblokeering siiski mõningatel õiguslikel põhjustel olla õigustatud. Määrus jätab võimaluse teatavatel objektiivselt õigustatud juhtudel tõkestada või piirata kaupade või teenuste piiriülest kättesaadavust. Eelkõige tehakse seda siis, kui on vaja tagada liikmesriigi õiguses liidu õiguse kohaselt kehtestatud õigusliku nõude täitmine, mida kaupleja peab täitma tulenevalt antud liikmesriigis tegutsemise tõttu.⁸⁶ Lähtuvalt eeltoodust on kauplejal õigus piiriülesest müügist keelduda, kui: (i) vastav keeld tuleneb EL-i riiklikest eeskirjadest (autoriõiguse seadus, teatavate keelatud toodete/teenuste eeskirjad, nagu tubakas, alkohol, hasartmängud) tulenevate õiguslike kohustuste tõttu; (ii) täitmisega kaasneksid ebaproportsionaalsed kulud (käibemaksueeskirjad, maksusüsteemid, tarbijaõigus, märgistamisnõuded) ja muud takistused piiriüleste teenuste osutamisel.⁸⁷

Kauplejad on välja toonud, et piiriülesest müües on kõige suuremateks takistusteks olnud just: (i) raskused, mis on seotud teiste liikmesriikide õigus- ja maksusüsteemidega; (ii) erinevused, siseriiklike tarbijaõigusnormidega; (iii) tehnilised kirjeldused ja märgistamine, kuna soovitakse, et kaupleja kohandaks keeleliselt oma tooteid või pakendeid; (iv) võimaluste puudumine korraldada häid müügijärgseid teenuseid; (v) kõrged tarnekulud; (vi) veebisisuteenuste puhul võivad ettevõtted mõnel juhul omada ainult õigusi autoriõigusega

⁸⁵ I. Lianos. Updating the EU Internal Market Concept. Centre for Law, Economics and Society. Research Paper Series: 1/2018, lk 25. Kättesaadav: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=6190200930241260991241050231081141231020050630470620660860000025112083088091089091088027001040125108012013089012081080107126016021052054085039029064065094009121030090014087113003007085019116000003022116027011097004029003031008026029030098110112097005&EXT=pdf> (26.03.2020).

⁸⁶ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatut asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018, lk 5.

⁸⁷ European Parliament. Combating Consumer Discrimination in the Digital Single Market: Preventing Geo-Blocking and Other Forms of Geo-Discrimination. Study for the IMCO Committee. Brussels 2016, lk 16. Kättesaadav: [http://aei.pitt.edu/80216/1/IPOL_STU\(2016\)587315_EN.pdf](http://aei.pitt.edu/80216/1/IPOL_STU(2016)587315_EN.pdf) (05.12.2019).

kaitstud sisu kasutamiseks teatud territooriumil, mis takistab neil selliste teenuste osutamist kõikidele liikmesriikidele.⁸⁸

Mitmetes olukordades ei ole tarbijate kodakondsusest, elukohast või asukohast lähtuv erinev kohtlemine kasutajaliidesele kättesaadavuse üldtingimuste kohaldamisel, sealhulgas otsene keeldumine kaupade müümisest või teenuse osutamisest objektiivselt põhjendatud, kui see ei tulene just avalikust huvist või käibemaksu erisustest. Samas võib olla hinnadiskrimineerimine õigustatud kui see on seotud logistika, turvalisuse, tarnimise või tuleneb erinevatest maksumääradest, samuti kui hind kujuneb tarbija soodus/lojaalsuskaardi olemasolul.⁸⁹ Põhjendamatu on kui ettevõtted takistavad tarbijal veebist osta, sest nende kodakondsust või asukohta kasutatakse põhjusena maksta kõrgemat hinda. Seda ei tohiks kasutada põhjusena teistsuguse hinna kehtestamiseks või veebiostu vältimiseks.⁹⁰ Euroopa Liidu tarbijaõigustiku ettevõtjate poolne mittejärgimine näitab, et õigusaktide täitmise tagamine on puudulik. Antud hinnangul ei järgi põhilisi tarbijaõigusi 37% e-kaubanduse või reserveerimisega tegelevatest veebisaitidest. See põhjustab veebis piiriüleselt reisiteenuseid, meelelahutusteenuseid, rõivaid, elektroonikakaupu ja finantsteenuseid ostvatele tarbijatele aastas hinnanguliselt ligikaudu 770 miljonit eurot kahju.⁹¹

Komisjoni poolt läbiviidud Mystery Shopping'u uuringu raames selgus, et tihti ei too kauplajad geoblokeeringu põhjustena välja seda, et õigusnormi kohaselt ei olnud tal lubatud teatud kaupu müüa või teenuseid osutada teatavatele klientidele või teatavatel territooriumidel asuvatele klientidele, vaid põhjus seisnes kauplajate poolses blokeerimises oma internetipõhisele kasutajaliidesele, mille tulemusena ei olnud võimalik saada ligipääsu erinevatele pakkumistele või tegelikule kaubale või teenustele. Uuringu tulemustest ilmnes, et ligi 46% tarbijatest, kes soovisid teada, miks on kauplaja keeldunud neile kaupa müümast või küsinud selle eest kõrgemat hinda lihtsalt põhjusel, et tarbija elab „vales“ liikmesriigis ei

⁸⁸ European Commission. Commission Staff Working Document. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council, on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market. Brussels, 25.5.2016. SWD(2016) 173 final, lk 16.

⁸⁹ M.L. Flórez Rojas. Are online consumers protected from geo-blocking practices within the European Union? International Journal of Law and Information Technology, 2018, 26, lk 124.

⁹⁰ UK Government response to EU public consultation on tackling unjustified Geo-blocking. 2006. Kättesaadav: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/491116/bis-16-10-geoblocking-eu-consultation-response.pdf

⁹¹ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Terviklik lähenemisviis piiriülese e-kaubanduse ergutamisele Euroopa kodanike ja äriühingute jaoks. Brüssel, 25.5.2016 COM(2016) 320 final, lk 9.

osanud kaupleja selgitust anda. Teisalt väitis mitu kauplejat, et geoblokeeringu kasutamine on tarbija suhtes vajalik, kuna see suunab nad tarbija liikmesriigi koduturu järgi kohandatud veebisaitidele.

Töö autori arvates mõjutab ja kahjustab geoblokeerimine üldiselt tervet EL turgu tervikuna. Ei ole õige segmenteerida tarbijaid nende geograafilise või kultuurilise tausta pärast ning võttes ära võimalus sooritada piiriüleselt oste või keelata erinevale teabele juurdepääsu.

1.3. Piiriüleste postipakkide tarne ühtlustamine Euroopa Liidus

Rahvusvaheline e-kaubanduse kiire kasv on kaasa toonud võrdlemisi kõrged tasud pakkide kättetoimetamisel tarbijatele. Antud postipakkide turg muutub aasta aastalt järjest keerulisemaks, mitmekesisemaks ning konkurentsitihedamaks – turul on palju teenuse pakkujaid, kelle postiteenused ja hinnad sõltuvad pakkide kaalust, mõõdust, saadetavate pakkide arvust ja sihtkohast. Kuna osades liikmesriikides puudub universaalse postiteenuse osutajal pakkide kättetoimetamise teenuste turul suurim turuosa, siis tekitab selline olukord tarbijatel raskusi võrrelda erinevaid postipakkide kättetoimetamise teenuse osutajaid ja tulenevalt sellest võib jääda hinna ja kvaliteedi osa ebaselgeks.⁹² Suutlikkus seda võimalust täielikult kasutada näib siiski olevat piiratud kõrgete hindadega, mida makstakse kaupade veo eest üle riigipiiride EL-is. Probleem esineb suuresti B2C saadetiste puhul, mitte B2B vahel ning just tarbijate ning mikro- ja VKE poolt saadetud piiriüleste pakkidega.⁹³ Komisjon leiab, et liikmesriikide piiriüleses e-kaubanduses esinevad jätkuvalt anomaaliad liialt kõrgete postipakkide kättetoimetamise tasude näol, mis ei lähe kokku avatud ja ühtse turu mõttega.

Eelkõige on piiriüleste postipakkide kättetoimetamise kõrged hinnad tingitud:

- turul esinevatest tõketest, mis võivad piirata geograafiliselt ulatuslikku konkurentide turuletulekut;
- ebatõhusast või olematust regulatiivsest järelevalvest ühtse turu üle. Liikmesriikide erinev õigusraamistik on kaasa toonud selle, et riikide asutustel on postipakkide piiriülese turu jälgimiseks piiratud volitused. Samuti muudab olukorra raskemaks postivaldkonna regulatiivse keskkonna killustatus;

⁹² Aastaraamat 2018, lk 30. Kättesaadav 20.03.2020

https://www.konkurentsiamet.ee/sites/default/files/aastaraamat_2018.pdf

⁹³ European Parliament. Contribution to Growth: The European Digital Single Market, Delivering economic benefits for citizens and businesses 2019, lk 65. Kättesaadav 15.03.2020

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631044/IPOL_STU\(2019\)631044_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631044/IPOL_STU(2019)631044_EN.pdf)

- puudulikust informatsioonist turul tegutsevatest teenuseosutajatest, hindadest ja olemasolevatest pakiveoteenustest üldiselt. Reeglina teavad tarbijad või ettevõtjad ainult väheseid pakiveo teenuseosutajaid ning sellest tulenevalt kasutavad vaikumisi seda ühte või kahte universaalteenuse osutajat. Sellest tulenevalt on aga uutel tulijatel veelgi keerulisem turule siseneda ja konkurentsi pakkuda.⁹⁴

Komisjoni seisukoha järgi oleks kauplejatele liialt koormav, kui pakkide tarne peaks toimuma väljapoole praegust kaupleja tegevuspiirkonda. Samas on vaja täiendavaid meetmeid, et parandada ja hõlbustada EL kodanikele ja äriühingutele juurdepääs teises liikmesriigis asuvatele kauplejatele. Muu hulgas tuleb tarbijatele tagada, et piiriülene pakkide kättetoimetamine oleks taskukohane ega diskrimineeriks neid tarbijaid, kes elavad äärealadel. Pakkide kohaletoimetamise maksumus ja tõhusus ei tohiks olla piiriülest e-kaubandust takistav tegur. Ometigi võivad pakkide piiriülese kättetoimetamise soovituslikud hinnad olla kuni viis korda kõrgemad samast riigisisestest teenusest. Tarbijad ja väikeettevõtjad on märkinud, et pakkide kättetoimetamise kõrged hinnad takistavad neid rohkem müümast teistesse liikmesriikidesse või rohkem ostmast teistest liikmesriikidest.

E-kaubanduse turu kiire areng nõuab üha uusi innovatiivseid ärilahendusi ja ka tarbijate ootused aina suurenevad. Kaupade kättetoimetamisega seotud vajadused selles sektoris erinevad samuti, võttes arvesse, et sektor hõlmab üha uusi tootesegmente ning ka tooted erinevad oma väärtuselt, kaalult ja pakendi suuruselt.⁹⁵

Euroopa pakituru mahu kasvu ajendab põhiliselt sise- ja piiriülese e-kaubanduse kasv. EL-s internetis oste sooritanud üksikisikute keskmine näitaja suurenes võrreldes 2013. aasta 47%-lt 2017. aasta 57%-le. Samal ajal kasvas piiriüleselt Interneti teel ostvate tarbijate osakaal 2013. aasta 15%-lt 2017. aasta 24%-ni.⁹⁶

Euroopa e-kaubanduse turg erineb oma tarbimistavade, maksustamissüsteemide, lairibaühenduse, toodete kättesaadavuse ja konkurentsitiheduse poolest üsna suurel määral.⁹⁷ Lisaks mõjutab piiriülest kättetoimetamist suur hulk täiendavaid õigus- ja haldusnõudeid,

⁹⁴ Euroopa Komisjon. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus, mis käsitleb ettepanekut postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuste kohta. Brüssel, 05.05.2016. COM(2016) 285 final, lk 5.

⁹⁵ Euroopa Komisjon. Roheline raamat, mis käsitleb ELi e-kaubanduse arengut toetavat ühtset pakiveoturgu. Brüssel, 29.11.2012. COM(2012) 698 final, lk 5.

⁹⁶ IPC Cross-border E-commerce Shopper Survey 2019, lk 21.

⁹⁷ Euroopa Komisjon. Roheline raamat, mis käsitleb ELi e-kaubanduse arengut toetavat ühtset pakiveoturgu. Brüssel, 29.11.2012. COM(2012) 698 final, lk 5.

sealhulgas tollinõuded ja vähene koostöö veofirmade vahel, mis oleks vajalik pakkide jälgimise ja ühiste märgistussüsteemide välja arendamisega.⁹⁸

Oluliselt mõjutab liikmesriikide kaubandusprofiil pakkide⁹⁹ kättetoimetamist ning sellest tulenevalt on Euroopa piiriülene pakkide saatmine jätkuvalt tarbijate ja e-jaemüüjate jaoks probleem. On selge, et piiriülene tarne hõlmab pikemat tegevusahelat kui riigisisene tarne ja seega rohkem kulusid. Sellest tulenevalt on õiguspärane, et piiriülesed hinnad on kodumaistest mõnevõrra kõrgemad.

Viimase 10 aasta jooksul on e-kaubandus osutunud üheks mõjukamaks majandustrendiks, millel on suur mõju posti- ja logistikasektorile ning kogu infrastruktuurile. Tarbijate küsitluse põhjal nähtub, et taskukohased ja kvaliteetsed pakkide kättetoimetamise teenused nii riigisiselt kui piiriüleselt on eduka e-kaubanduse müügi eelduseks. Saab väita, et oluliseks piiranguks toodete piiriüleseks ostmiseks ja müümiseks on just kõrged tarnekulud.

Sellest tulenevalt leiavad tarbijad tihti, et turu läbipaistmatuse ja konkurentsi tegeliku või arvatava puudumise pärast on kättetoimetamisvõimaluste valik piiratud. Asjaomast turgu valitseb väike arv pakiveoettevõtjaid, kelle käitumine takistab tarbijatel või e-jaemüüjatel kasu saamisest, mida pakuks neile konkurentsitihe turg.¹⁰⁰

Euroopa Komisjon on digitaalse ühtse turu strateegias toonud välja, kui oluline on vähendada hinda, mida makstakse piiriüleste pakkide (B2C) kui (B2B) tarnimise eest. Komisjoni sõnul ei suuda riigi poolt posti reguleerivad asutused tõenäoliselt lahendada piiriüleseid probleeme oma volituste piirangute tõttu ning puudub ka stiimul võtta kasutusele meetmed teiste liikmesriikide elanike hüvanguks.¹⁰¹

2015. aastal ettevõtjate seas läbiviidud uuring näitas, et ettevõtted, kes tegelesid piiriülese müügiga tunnistas 51%, et tarnehinnad teistesse liikmesriikidesse kaupu müües olid liiga kõrged ning 27% ütles, et see on nende jaoks suur probleem. Ettevõtted, kes sellel ajal ei

⁹⁸ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis, Tegevuskava postipakkide kättetoimetamise ühtse turu lõpuleviimiseks – usalduse kujundamine kättetoimetamisteenuste vastu ja internetimüügi ergotamine. Brüssel, 16.12.2013. COM(2013) 886 final, lk 4.

⁹⁹ „postipakk“- postisaadetis, mis sisaldab kaubandusliku väärtusega või ilma kaubandusliku väärtuseta kaupa, mis ei ole kirjasaadetis ja mille maksimaalne kaal on 31,5 kg. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 18.04.2018, määrus (EL) 2018/644, postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuste kohta ELT L 112, 2.5.2018, lk 24.

¹⁰⁰ Euroopa Komisjon. Roheline raamat, mis käsitleb ELi e-kaubanduse arengut toetavat ühtset pakiveoturgu. Brüssel, 29.11.2012. COM(2012) 698 final, lk 23.

¹⁰¹ *Ibid.*, lk 1.

tegelenu piiriülese müügiga, kuid soovisid, tunnistas 62%, et probleemiks on suured tarnekulud.¹⁰²

Lähtuvalt turul valitsevast segadusest, mille on põhjustanud nii siseriiklike kui rahvusvaheliste postipakkide kättetoimetamise teenuste tariifide ebaselgus jõustus 2018. aastal määrus postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuste kohta. Antud määrusega soovitakse parandada postipakkide teenuste kvaliteeti, mis esineb pakkide piiriülesel saatmisel, kättesaamisel või tagastamisel. Määruses on välja toodud, et postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuse parandamiseks eraisikute ning mikro- ja VKE jaoks, sh kõrvalistes või hõredalt asustatud piirkondades ning puuetega või piiratud liikumisvõimega isikute jaoks, tuleb muuta avalikud nimekirjad, milles on esitatud teatavate postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuste tariifid paremini ligipääsetavaks ja läbipaistvamaks. Piiriüleste teenuste hindade läbipaistvamaks ja kogu liidus hõlpsamini võrreldavaks muutumine peaks aitama vähendada tariifide põhjendamatuid erinevusi, sh riigisiseste ja piiriüleste tariifide põhjendamatuid erinevusi.¹⁰³

Kokkuvõttes näitab tulevik, kas pakimäärus suudab suurendada liikmesriikide vahelist läbipaistvust postipakkide kättetoimetamisel ning kas suudetakse ühtlustada rahvusvaheliste postipakkide kättetoimetamise tasud. Fakt on see, et praegusel hetkel küsivad e-kauplejad tihti piiriüleste pakkide kättetoimetamise eest ligi kaks korda rohkem raha kui paki kättetoimetamisel riigisiselt. Lisaks on siamaani puudunud ühtne ja terviklik info pakiveoteenuste teenuseosutajate kohta, sest reeglina kasutab tarbija siiski talle ühte ja tuttavat universaalteenuste osutajat. Leevendust võib tarbijatele ja mikro- ning VKE tuua määruse art 5 lg 1¹⁰⁴, mille kohaselt peavad kõik postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuse osutajad, välja arvatud need, kes on sellest vabastatud art 4 lg 6 ja 7 kohaselt, esitavad asukohaliikmesriigi reguleerivale asutusele avaliku nimekirja, mis hõlmab lisas üksikpostisaadetiste (v.a kirjasaadetised) suhtes iga kalendriaasta 1. jaanuaril kohaldatavaid tariife. Vastav teave tuleb esitada kalendriaasta 31. jaanuariks. Nimetatud art 5 lg 1 annab teenuse tellijale ülevaatlikuma ja selgema pildi piiriülestest tariifidest teenuse osutajates.

¹⁰² Marcus, J. Scott. E-commerce in Europe: Parcel delivery prices in a digital single market. Kättesaadav: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/165976/1/859791955.pdf>

¹⁰³ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 18.04.2018, määrus (EL) 2018/644, postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuste kohta ELT L 112, 2.5.2018.

¹⁰⁴ *Ibid.*, L 112/25

2. Geoblokeeringu määruse rakendumine Eestis

2.1. Uuringu eesmärk ja analüüsitavad küsimused

Järjest enam kauplajaid otsustab pakkuda oma kaupu ja teenuseid Internetis, mis tähendab tarbijatele suuremat valikuvõimalust osta geograafilisest asukohast sõltumata ning leida endale kõige sobivam toode nii kvaliteedilt kui hinnaklassilt. Kuigi geoblokeering on vaieldamatult vastuolus digitaalse ühtse turu strateegiaga, mille eesmärk on eelkõige vaba, turvaline ja avatud siseturg, ei pruugi see siiski kauplajate silmis olla tervitatav. Üsna tihti leiavad tarbijad end olukorrast, kus neil ei õnnestu teise liikmesriigi e-kauplusest ostu lõpuni viia, mis tugineb tarbija „valel“ IP-aadressil, ümbersuunamises teisele kodulehele või tarbija elukohariigis väljaantud maksevahendi diskrimineerimises. Alates digitaalse ühtse turu strateegia rakendamise algusest on põhjendamatut geoblokeeringut määratletud kui ühte peamist tõket piiriüleses e-kaubanduses, mis tuleks siseturult kõrvaldada. Et vältida ebaproportsionaalset koormust ettevõtjatele, eelkõige just mikro- ja väikeettevõtjatele, ei kehtesta geoblokeeringu määrus kohustust tarnida kaupa kõikidesse EL liikmesriikidesse. Samuti on ettevõtjal teatavates olukordades õigus rakendada geoblokeeringut. Lisaks sellele on kauplajal õigus pakkuda liikmesriigiti või liikmesriigi piires erinevaid netomüügihindu, mis on suunatud konkreetsele territooriumil asuvatele tarbijatele või konkreetsele kliendirühmale.

Üldjuhul võib kauplajal olla mitmeid motiive, et seada oma veebilehel üles kasutamist piiravaid tõkkeid. Esiteks võivad olla need hõlmatud regulatiivsete ja administratiivsete komplikatsioonidega, sest leitakse eelkõige, et teise liikmesriiki müümisel tekkivad kulud lähevad liiga kõrgeks. Teiseks võivad kauplajad teha koostööd riigis tegutsevate teiste e-kauplustega, eesmärgiga soovida oma kasumit suurendada kasutades selleks geograafilist turu segmenteerimist. Vertikaalsed piirangud moodustavad samas aga väikese osa kogu geoblokeeringust.¹⁰⁵

Antud geoblokeeringu määruse rakendumise eesmärk on vältida sisepiire EL turul ning võimaldada ühe liikmesriigi tarbijal juurdepääsu teises liikmesriigis pakutavatele kaupadele

¹⁰⁵ European Commission. JRC Technical Reports. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper, 2016/02, lk 4.

ja teenustele ilma põhjendamatu diskrimineerimiseta tarbija kodakondsuse, elu- või asukoha alusel.¹⁰⁶

Hindamaks kas ja kuidas järgivad Eesti e-kauplejad geoblokeeringu määrust, viis käesoleva töö autor läbi kvantitatiivse uuringu, mille eesmärgiks oli selgitada välja, kas Eesti e-kauplejate poolt on tagatud geoblokeeringu määruse järgimine piiriüleste ostude puhul.

Uuringu aluseks võeti:

- geoblokeeringu määruse artikkel 3, mis sätestab juurdepääsu Internetipõhistele kasutajaliidestele. Eesmärk on selgitada välja, kas Eesti e-kauplejad tagavad välisriigi tarbijatele juurdepääsu oma veebipoe võrguliidesele ilma, et neid kodakondsuse, elukoha või asukoha pärast blokeeritakse või ümber suunatakse;
- geoblokeeringu määruse artikkel 4, mille kohaselt ei tohi kaupleja kohaldada kaupade või teenuste kättesaadavusele erinevaid tingimusi, mis on seotud tarbija kodakondsuse, elukoha või asukohaga. Uuringu läbiviimisel vaadeldi, kas Eesti e-kauplejad kohaldavad kaupade või teenuste kättesaamisel piiranguid, mis tuleneksid tarbija kodakondsusest, elukohast või asukohast. Ühtlasi vaadati uuringu käigus kui paljud e-kauplejad pakuvad oma kodulehel võimalust, et tarbija saab kaubale ise järgi tulla.
- geoblokeeringu määruse artikkel 5, mis sätestab diskrimineerimiskeeldu seoses maksetega. Lähtuvalt sellest vaadeldi, kas Eesti e-kauplejad rakendavad tarbijatele erinevaid maksetehingu tingimusi, mis sõltuvad tarbija kodakondsusest, elukohast, asukohast, liidu piires oleva maksekonto asukohast, makseteenuse pakkuja asukohast või maksevahendi väljastamise asukohast.

2.2. Ülevaade Eesti e-kauplejatest, uuringu metoodikast ja valimist

Eesti suund on aastaid olnud väikese ja innovatiivse riigi kuvandi kasvatamine, luues elanikkonnale järjest rohkem võimalusi e-teenuste kasutamiseks. Sealhulgas on aastate lõikes jõudsalt kasvanud ka e-kaupluste arv, E-kaubanduse Liidu sõnul moodustab Interneti teel olev müük 20% kogu jaekaubandusest ning on suuresti enamike mikro- ja VKE peamine

¹⁰⁶ R. Lobato, J. Meese. Geoblocking and Global Video Culture. Kättesaadav: <https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2016/01/TOD18-Geoblocking-Final1.pdf> (25.03.2020)

müügikanal. Antud ettevõtted aga moodustavad EL-i majandusest suure osa ning on ka digitaalsete võimaluste kasutamises maha jäänud, mis tähendab, et e-kaubanduse kasvupotentsiaal on siiani veel realiseerimata. Eestis on viimase aastaga e-kauplustest tehtud ostude arv suurenenud võrreldes 2018. aastaga ligi 26%¹⁰⁷ ning 95 miljoni euro väärtuses tellitud kaupade eest maksti välismaal väljastatud krediitkaardiga.¹⁰⁸

Enamik tegutsevaid ettevõtteid Eestis on peamiselt mikro- ja väikeettevõtted¹⁰⁹, mille liigitamise toimub töötajate arvu ja aastabilansi järgi. Euroopa Komisjoni määruse (EL) 651/2014¹¹⁰ artiklist 2 tuleneb, et mikroettevõtjateks loetakse neid ettevõtjaid, mis annavad tööd vähem kui 10 inimesele ning väikeettevõtja töötajate arv peab olema väiksem kui 50.

Kvantitatiivse uuringu läbiviimiseks valiti valimisse 50 Eesti äriregistrisse registreeritud ettevõtet. Fookusgrupp moodustati juhuvalimi alusel ning lähtuti, et valimis oleksid hõlmatud mikroettevõtted, väike- ja keskmise suurusega ettevõtted ning suurettevõtted. Samuti määras valiku puhul rolli ettevõtte töötajate arv ning erinev e-kauplustes müüdav erinev sortiment.

Läbiviidava uuringu jaoks kasutati äriregistrit, mille alusel koostati koondtabel. Saadud andmed pärinevad 2018. aasta majandusaasta aruandest ning aluseks on võetud ettevõtte aastakäive ning töötajate arv. Uurimaks, kas ettevõtte kasutab mõnda geoblokeerivat vahendit, siseneti e-kaupleja veebipoodi, kasutades selleks teise liikmesriigi IP-aadressi. Läbiviidud uuringu käigus kasutati kokku kuue erineva liikmesriigi IP-aadressi, et teha kindlaks, kas Eesti e-kauplejad seavad oma veebipoe külastajatele mingisuguseid piiranguid. Antud kontrolli käigus kasutati Saksamaa, Bulgaaria, Rootsi, Poola, Slovakkia ja Leedu IP-aadressi. Erinevate riikide IP-aadresside kasutamise põhjus tulenes eelkõige sellest, et selgitada välja, kas geoblokeeringut võidakse kasutada ka Eestist geograafiliselt kaugemal asuvate tarbijate suhtes.

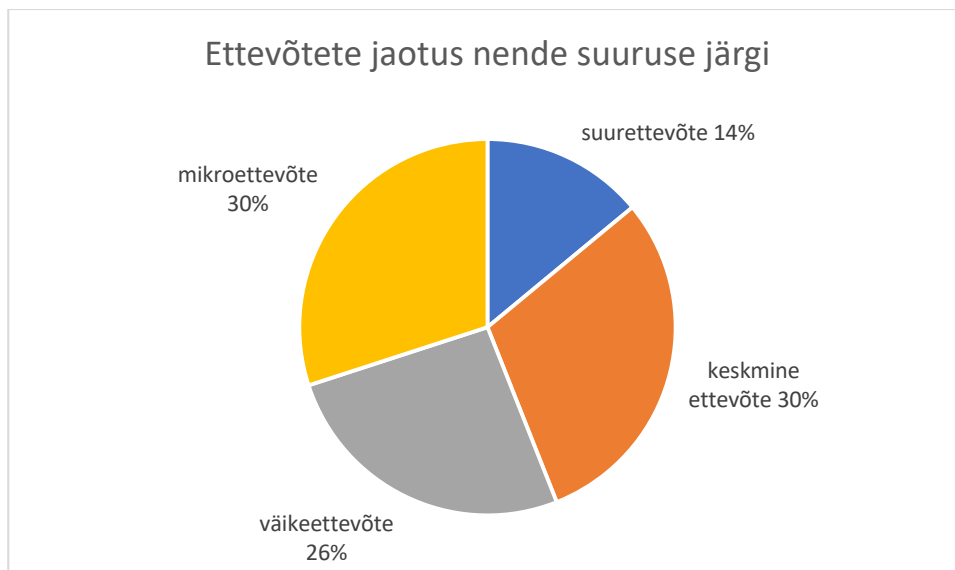
Valimisse võetud 50 e-kauplejast kuulub 14% suurettevõtete hulka, keskmise suurusega ettevõtteid on 30%, väikeettevõtteid 26% ning mikroettevõtteid 30%. Täpsem valimisse võetud e-kauplejate tabel asub käesoleva töö lisas 1.

¹⁰⁷ T. Väärt. 2019.a. e-ostlemise kokkuvõte. Kättesaadav: <https://e-kaubanduseliit.ee/2019-a-e-ostlemise-kokkuvote/> (12.04.2020).

¹⁰⁸ T. Väärt. E-kaubanduse 2019.a. kokkuvõte ning pilk tulevikku. Kättesaadav: <https://e-kaubanduseliit.ee/e-kaubanduse-2019-a-kokkuvote-ning-pilk-tulevikku/> (12.04.2020)

¹⁰⁹ Statistikaamet. Majanduslikult aktiivsed ettevõtted töötajate arvu järgi. Kättesaadav: <https://www.stat.ee/68771> (11.03.2020).

¹¹⁰ Komisjoni 17.06.2014 määrus 651/2014/EL, ELi aluslepingu artiklite 107 ja 108 kohaldamise kohta, millega teatavat liiki abi tunnistatakse siseturuga kokkusobivaks. – ELT L 187, 26.6.2014, lk 70.



Joonis 1. Ettevõtete jaotus, mille aluseks on võetud aastakäive ja töötajate arv

Antud jooniselt on näha, et valimisse võetud e-kauplejate jaotus on suhteliselt sarnase osakaaluga, mis annab kinnitust, et uurimise alla võetud valimiga on hõlmatud ettevõtteid kõikidest jaotustest.

Parema ülevaate saamiseks valimisse võetud ettevõtete jaotus suuruse alusel on toodud graafilisel joonisel, mis asub töö lisas 2.

2.3. Eesti e-kauplejate seas läbiviidud uuringu tulemused

Eesti e-kaupluste seas läbiviidud uuringu puhul otsiti vastust küsimusele, kas e-kauplejad rakendavad geoblokeeringu määrase osas tarbijatele piiranguid, mis tulenevad artiklist 3, 4 ja 5. Tegemist on EL-s laialt levinud geoblokeerimise viisidega, mis tihti tuleneb ettevõtjate ühepoolsetest otsustest mitte müüa piiriülevalt teistesse liikmesriikidesse. Samuti võib esineda piiranguid, mis tulenevad ettevõtjate vahelistest kokkulepetest, mis ei võimalda tarbijatel piiriüleseid oste teha.

Antud empiirilise uuringu raames sooviti saada vastuseid järgnevatele küsimustele:

- kas tarbijal on ligipääs e-kaupleja internetipõhisele kasutajaliidesele?
- kas e-kaupleja pakub piiratud tootevalikut?
- kas e-kaupleja pakub võimalust kaubale ise järgi tulla?

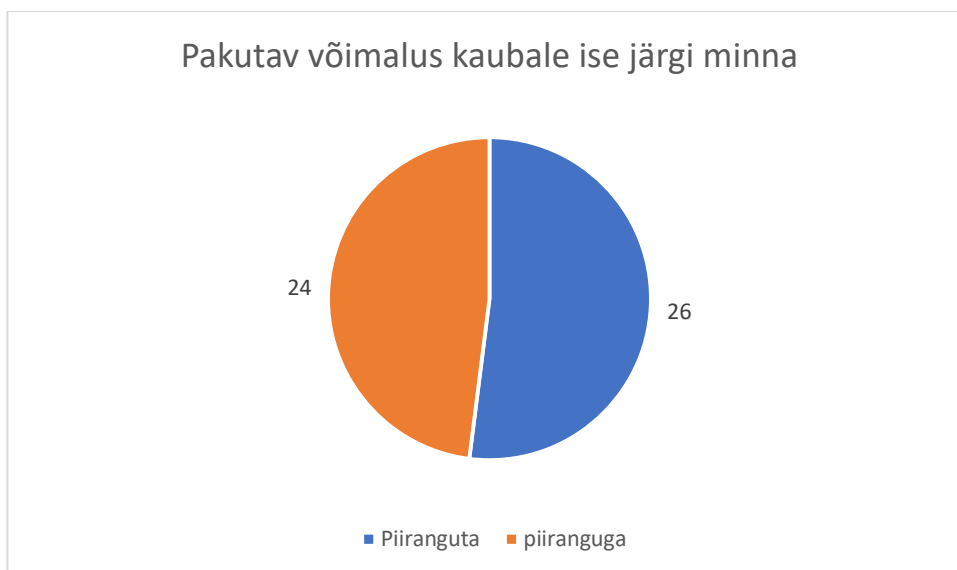
- kas e-kaupleja rakendab välisriigi maksevahendile piiranguid?

Valim koostati Eestis registreeritud ettevõtjate põhjal, kes tegelevad veebimüügiga. Vastavalt teooriaosa kirjeldusele, jaotatakse Eestis tegutsevad ettevõtted suurteks-, keskmisteks-, väike- ja mikroettevõteteks. Uurimistöö empiirilise osa valimisse olid hõlmatud ettevõtted kõigist neljast jaotusest.

Empiirilise uuringu raames püstitatud esimene uurimisküsimus „kas tarbijal on ligipääs e-kaupleja internetipõhisele kasutajaliidesele“ vastusest selgus, et mitte ühelgi valimisse võetud 50-st e-kauplusest niisugust piirangut ei esinenud. Siiski võib järeldada, et rikkumisi tõenäoliselt siiski esineb, kuid neid on marginaalne arv ning veebipoodides enamasti aktiivset ümbersuunamist ei toimu.

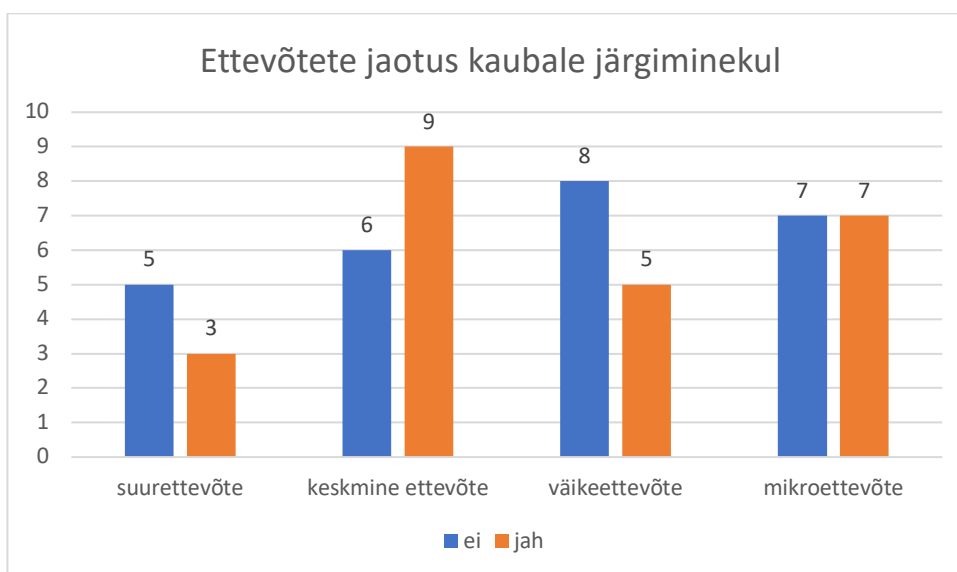
Teine uurimisküsimus, „kas e-kaupleja pakub piiratud tootevalikut“ raames tuvastati, et 50-st e-kauplusest pakkus tarbijale piiratud valikut kaks väikeettevõtet. Ühel juhul selgus, et Saksamaa IP-aadressilt sisse logides pakub ettevõtte Saksamaa turule suuremat tootevalikut kui logides kohaliku Eesti IP-aadressiga kaupleja kodulehele. Teise väikeettevõtte puhul oli olukord vastupidine, kus kohalikule Eesti turule oli toodete valik laiem. Kuigi kõikidest uuringuvalimisse võetud veebipoodide rikkumiste osakaal oli väga väike, siis järeldab töö autor, et e-kauplejad täidavad tootevaliku osas siiski suuresti geoblokeeringu määrust.

Vastuseks kolmandale küsimusele, „kas e-kaupleja pakub võimalust kaubale ise järgi tulla“ selgus, et valimisse võetud 50 e-kauplusest 24 veebipoodi (48%) sellist võimalust ei paku. Kuid umbes pooltel ehk 26 (52%) e-kauplust, pakkusid võimalust, et tarbija saab kaubale veebipoe sihtkohariiki ise järgi minna. Käesoleva töö autori arvates on selline tulemus väga positiivne, kuna määrus ei kohusta kauplejat sellist võimalust tarbijatele pakkuma. Tarbijal on võimalik kaupade või teenuse kättesaamisel tugineda ainult nendele tingimustele, mis on kajastatud e-kaupleja kodulehe üldtingimustes. Küll aga ei tohi kaupleja kaupade või teenuste kättesaadavusele kohaldada erinevaid üldtingimusi, mis on seotud tarbija kodakondsuse, elu- või asukohaga. Arvestades, et antud hetkel pakuvad juba pooled ettevõtted tarbijatele võimalust tellitud kaubale ise järgi tulla, võib loota, et vastav number ajapikku järjest suureneb.



Joonis 2. E-kauplejate poolt pakutav võimalus kaubale ise järgi tulla.

Parema ülevaate saamiseks, milline valimisse võetud e-kaupleja pakub tarbijale võimalust kaubale ise järgi tulla on toodud graafilisel joonisel, mis asub töö lisas 3.

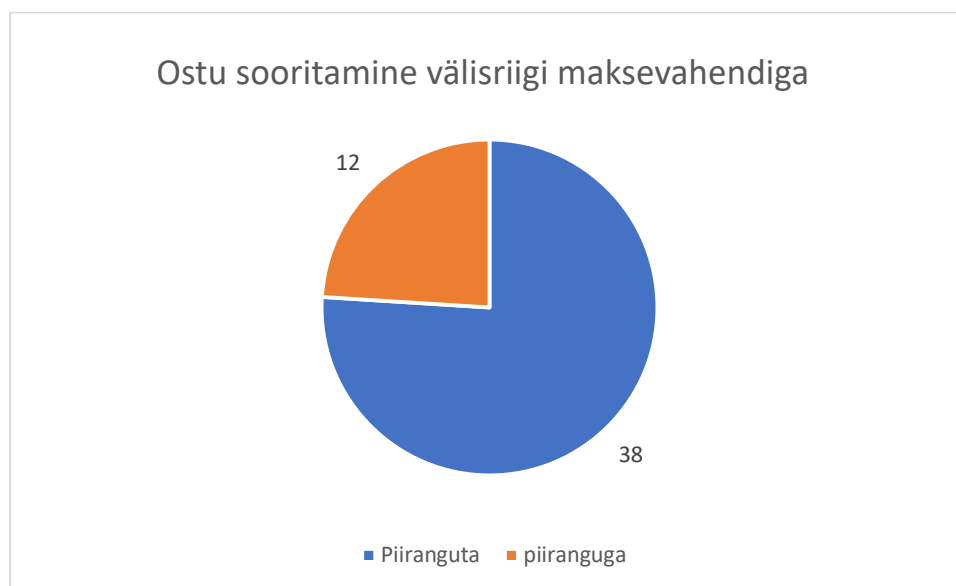


Joonis 3. Ettevõtted, kes pakuvad tarbijatele võimalust kaubale ise järgi minna.

Viimane uurimisküsimus hõlmas geoblokeeringu määruse artiklit 5, mille kohaselt ei tohi kaupleja kohaldada erinevaid maksetehingu tingimusi lähtudes tarbija kodakondsusest, elukohast, asukohast, maksekonto asukohast, makseteenuse pakkuja asukohast või maksevahendi väljastamise asukohast liidu piires.

Valimisse võetud 50 e-kaupleja osas ei esinenud piiranguid 38 ettevõttel (76%). Läbiviidud uuring sisaldas kontrollostude tegemist, kasutades selleks kas Saksamaa, Bulgaaria, Rootsi, Poola, Slovakkia või Leedu IP-aadressi. 38 e-kaupleja puhul oli võimalik siseneda kaupleva veebilehele, kasutades selleks välisriigi IP- aadressi, valida ostukorvi toode, kinnitada valik ning seejärel suunduda maksmaks. Eelpool nimetatud arv e-kauplusi võimaldas ostu läbiviimiseks kasutada teisest liikmesriigist väljastatud krediitkaarti. Ülejäänud 12-st e-kaupleja veebilehelt (24%) ei olnud võimalik ostu sooritada. Valdavaks takistuseks kujunes kauplevate poolt esitatud ja nõutud kontaktandmete täitmise vorm, milles oli juba eelnevalt märgitud ära telefoni ja aadressi kirjutamiseks mõeldud lahter, mis sisaldas juba telefoni suunakoodiga +372 lünka ja samuti Eesti maakondade nimetusega lünka. Selline eelnevalt täidetud vorm ei võimalda aga ühelgi välisriigi tarbijal sisestada oma koduriigi kontaktandmeid. Samuti ei ole lünkade tühjaks jätmisel võimalik edasi liikuda ning pangalingini jõuda.

Lisaks esines olukordi, kus veebipoest kauba ostukorvi lisades selgus, et ettevõtte ei tarni kaupa näiteks Poola ja Bulgaariasse, küll aga teistesse Balti riikidesse ja Soome.



Joonis 4. Veebipoest välisriigi maksevahendiga tehingu ostu võimaldanud e-kauplevate arv

Läbiviidud uuringust selgus, et kõige rohkem blokeeringuid ostuni mittejõudmiseks oli rakendanud keskmise suurusega ettevõtted. Nimelt viie keskmise suurusega ettevõtte veebilehe kaudu ei olnud võimalik ostuni jõuda, kuna eelnevalt soovis kaupleva, et tarbija

täidaks ära ostu kinnitamiseks mõeldud kontaktandmete vormi ja valiks tarneviisi. Läbivalt kasutasid e-kauplejad täidetud vorme, kus oli märgitud sihtkohariigiks ainult Eesti ning Eesti maakonnad ning tarbijal ei olnud võimalik „käsitsi“ juurde lisada mõne teise liikmesriigi aadressi. Kõigest üks piirang esines mikroettevõtjate puhul, kus ei olnud võimalik jõuda ostuprotsessi lõppfaasi. Võrdselt kolmel korral ei olnud võimalik ostuni jõuda suurettevõtte ja väikeettevõtjate puhul.

Tabeli andmete põhjal on näha, et kõige enam on välisriigi maksevahendile seatud piiranguid mikroettevõtete ning seejärel keskmiste ettevõtete hulgas. Kuna aga nii keskmisi-, väike- kui mikroettevõtteid oli uuringus võetud valimisse ligikaudu sama palju, siis saab teha üldise järelduse, et igast eelnevalt nimetatud jaotusest oli umbes veerand niisuguseid ettevõtteid kes rikkusid geoblokeeringu määruses sätestatud maksevahendile seatud piirangut.

2.4. Järeldused ja soovitused geoblokeeringu määruse rakendamiseks Eestis

Antud magistritöö esimeses osas on käsitletud geoblokeeringu määruse artiklist 3 tulenevat internetipõhisele kasutajaliidesele juurdepääsu võimaldamist kaupleja poolt, mille kohaselt ei tohi kaupleja tehniliste vahendite abil piirata ega tõkestada klientide juurdepääsu oma kasutajaliidesele tulenevalt kliendi kodakondsusest, elukohast või asukohast. Geoblokeerimise käigus piiratakse kasutaja juurdepääsu võrgusisule, mis tuleneb tarbija geograafilisest asukohast. 2015. aasta läbiviidud Mystery Shopping’u uuringu raames tuvastati, et ainult 2% veebisaitidest blokeerib täielikult juurdepääsu või suunab automaatselt teisest liikmesriigist pärit tarbijad ümber. Selline tegevus kauplejate poolt takistab aga ka eelkõige piiriüleste hinnavõrdluste tegemist ja arengut.¹¹¹ Samuti võtab see tarbijatelt ära võimaluse kontrollida ja võrrelda erinevate liikmesriikide kauplejate poolt pakutud kaupade hindu. Ligipääsu blokeerimine mõjutab eelkõige neid, kes reisivad sageli välismaal ja kes soovivad tarbida märkimisväärsel hulgal välismaist sisu.¹¹² Piiriüleselt nii tarbekaupade kui digitaalse infosisu ostmisel võib tekkida olukordi, kus kaupleja blokeerib ligipääsu või suunab tarbija mõnele teisele võrguliidesele, reeglina tarbija koduriigi liidesele.

¹¹¹ European Commission. Commission Staff Working Document 4 Assessment. Accompanying the document proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council: on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market. Brussels, 25.5.2016 SWD(2016) 173 final, lk 11.

¹¹² P. K. Yu. A Hater’s Guide to Geoblocking. Boston University Journal of Science & Technology Law 503. 2019, lk 505.

Geoblokeerimine toob kaasa probleemid, mis põhinevad konkreetsetel IP-aadresside või globaalsetel positsioneerimissüsteemidel. Geoblokeerimine takistab välisriikide kodanikel juurdepääsu sisule, mis on eelkõige oluline poliitilistel, sotsiaalsetel, kultuurilistel või hariduslikel eesmärkidel.¹¹³ Juhul kui ümbersuunamine, tõkestamine või piiramine on vajalik, et tagada vastavus õiguslikult siduva nõudega, mis on kehtestatud liikmesriigi õigusaktis, on kauplejal õigus rakendada erinevaid geoblokeerimise vahendeid. Oluline on sellisel juhul kindlasti tarbija teavitamine antud piirangutest ning selgitamine, miks see on vajalik. Juhul kui tarbija suunatakse ümber, peab tarbijale jääma alles ka algne veebisait.

Magistritöö raames läbiviidud uuringu käigus soovis töö autor leida vastust küsimusele, kas mõne teise EL liikmesriigi IP-aadressiga on võimalik külastada Eesti e-kaupleja veebilehte selliselt, et kaupleja ei tõkestaks ega piiraks kasutajaliidesele juurdepääsu. Uuringu käigus selgus, et kõik valimisse võetud 50 e-kauplejat ei rakendanud piiravaid ega takistavaid vahendeid enda kasutajaliidesele juurdepääsemiseks. Mitte ükski e-kauplus ei suunanud ümber teisele internetipõhisele kasutajaliidesele ning välisriigi IP-aadressiga ning Eesti IP-aadressiga e-kaupleja veebilehe kujundus ning kõik ülejäänud vaated olid identsed.

Seega valimisse võetud 50 e-kauplejat ei rikkunud geoblokeeringu määruse artiklist 3 tulenevat nõuet ning käesoleva töö autori arvates järelevalvet teostaval asutustel piisaks vaid e-kauplejate perioodilisest kontrollimisest.

Eelnevalt töö teooriaosas on käsitletud alapeatükina piiriüleselt ostetud kaupade ja teenuste kättesaadavust, mille kohaselt geoblokeeringu määruse artikkel 4 lõike 1 kohaselt ei tohi kaupleja kohaldada kaupade või teenuste kättesaadavusele erinevaid üldtingimusi, lähtuvalt tarbija kodakondsusest, elu- või asukohast. Kui tarbija külastab teise liikmesriigi e-kaupleja kodulehte, tuleb talle kuvada täpselt samasuguse kujundusega, tingimustega, kaupade ja teenuste valikuga ning kaupleja poolt kehtestatud tarneviisidega veebileht. Kaupleja ei tohi rakendada erinevate EL liikmesriikide tarbijate suhtes erinevaid tingimusi. Kui tarbija nõustub e-kaupleja veebilehel kajastatud tingimustega, ei tohi teda diskrimineerida kodakondsuse, elu- või asukoha tõttu. Kaupleja otsus rakendada kaupade ja teenus puhul geoblokeerimise vahendeid, tuleneb reeglina kauplejate ühepoolsetest otsustest, mitte piiriüleselt müüa. Paljud kauplejad toovad põhjusena välja, miks nad piiriüleste ostude korral rakendavad geoblokeerimist on: (i) kulud, mis võivad piiriüleste vaidluste puhul tekkida; (ii)

¹¹³ *Ibid.*, lk 510.

kaupade tagastamise ja garantiiga seotud kulud; (iii) kõrged tarnekulud; (iv) raskused, mis on seotud teise liikmesriigi maksusüsteemiga; (v) esilekerkivad raskused kohaldatava õigusraamistiku mõistmisega.

Teises uurimisküsimus soovis töö autor teada, kas Eesti e-kauplejad pakuvad oma veebilehel teistele EL liikmesriigi tarbijatele piiratud või erinevat tootevalikut. Uuringu tulemustest selgus, et 50-st e-kauplejast rakendas kaks väikeettevõtet piiratud tootevalikut. Kuna selgus, et piiranguid rakendanud ettevõtete osakaali oli marginaalne, leiab töö autor, et järelevalvet teostaval asutusel tasuks perioodiliselt teha pistelisi kontrolle.

Käesoleva töö autor arvab, et mõistlik oleks järelevalve asutuse poolt läbi viia e-kauplejatele erinevaid koolitusi ja infopäevi, mis võimaldaks paremini jõuda ettevõtjateni ning selgitada geoblokeeringu määrust tulenevaid nõudeid ja erisusi.

Töö teooriaosas on käsitletud EL piiriülest pakiveoteenust digitaalsel ühtsel turul. Antud teema on väga aktuaalne ning e-kaubanduse jaoks hädavajalik, kuna digitaalse ühtse turu strateegia üks punkte oli muuta piiriüleste pakiteenuste hinnad läbipaistvamaks, taskukohasemaks ning suurendada EL-i pakiteenuste turu regulatiivset järelevalvet. Pakkide kättetoimetamisega seotud probleeme on just peetud oluliseks tõrjuvaks teguriks, miks tarbija lõpuks teise liikmesriigi veebilehelt kauba tellimisest loobub.¹¹⁴ Geoblokeeringu määruste artikkel 4 lg-st 1 p (a) tulenevalt kui tarbija ostab kauplajalt kaupu, tarnitakse need liikmesriigis asuvasse kohta, kuhu kauplaja pakub tarnet vastavalt kehtestatud üldtingimustele või tuleb tarbija kaubale järgi, vastavalt kauplaja ja tarbija kokkulepitud kohta, kui kauplaja pakub sellist võimalust. Seega on kauplajal õigus otsustada ja valida see geograafiline piirkond, kuhu ta on nõus pakke tarnima ehk tal on õigus teha valik, kas tarnida ühte, kahte, kõikidesse liikmesriikidesse või piirduda ainult oma aukoha liikmesriigiga. Ühtlasi ka Komisjoni selgituste kohaselt oleks kauplajatele liialt koormav, kui pakkide tarnimine peaks toimuma väljapoole kauplaja tegevuspiirkonda, samuti puudub kauplajatel kohustus rajada teistes liikmesriikides sisse pakkide kättesaamiseks vajalikud kogumispunktid.

Kolmandas uurimisküsimuses soovis töö autor teada, kas ja kui paljud Eesti e-kauplejad pakuvad oma üldtingimustes võimalust kaubale ise järgi tulla. Uuringust selgus, et 50-st e-

¹¹⁴ K. Nyman-Metcalf. The European Union Digital Single Market – Challenges and Impact for the EU Neighbourhood States. Baltic Journal of European Studies, Vol. 8, No. 2(25) lk 15.

kauplejast pakub kaubale ise järgi tulemise võimalust suisa 26 veebipoodi (52%) ja ülejäänud 24 veebipoodi sellist võimalust tarbijatele ei pakkunud.

Käesoleva töö autori arvates on sellise võimaluse pakkumine e-kauplejate poolt väga tervitav, arvestades, et otseselt geoblokeeringu määrus kauplejaid selleks ei kohusta. Võib arvata, et e-kaubanduse turu kiire areng ja kasv soodustab tulevikus veelgi rohkem e-kauplejaid pakkuma tarbijatele võimalust veebipoest tellitud kaubale ise järgi tulla, mis omakorda säästab tarbijaid maksmast suuri postikulusid.

Eelnevalt töö territoriaalses osas on käsitletud maksevahendi diskrimineerimiskeeldu, mis tuleneb geoblokeeringu määruse artiklist 5. Määrusest tulenevalt on kauplajatel antud võimalus valida, millist makseviisi ta aktsepteerib, peaaegu, et ta ei kohaldaks erinevaid maksevahendi tingimusi, lähtudes tarbija kodakondsusest, elukohast, asukohast, maksekonto asukohast, makseteenuse pakkuja asukohast või maksevahendi väljastamise asukohast liidu ulatuses. Sellest tulenevalt on kauplajal õigus ja võimalus valida, milliseid maksevahendeid ta aktsepteerib. Kui näiteks kauplaja aktsepteerib maksevahendina Soomes väljastatud Visa pangakaarti, peab ta aktsepteerima ka Rumeenias väljastatud Visa pangakaarti, ega tohi seetõttu tehingu tegemisest keelduda. 2015. aastal *Mystery Shopping* uuringu raames selgus, et makseetappi jõudnud EL liikmesriikide piiriüleste ostjate puhul ei aktsepteerinud ligikaudu 26% veebilehtedest tarbija maksevahendit.¹¹⁵

Empiirilise osa uuringu tulemuste põhjal selgus, et 50 e-kauplejast 38 (76%) võimaldas maksta veebipoes välisriigi maksevahendiga ning 12 (24%) e-kaupleja puhul ei olnud võimalik makse tasumiseni jõuda, sest ettevõtte rakendas juba eelnevalt geoblokeerimist. Läbiviidud uuringust selgus, et kõige enam ei olnud võimalik kontrollostu kinnituseeni jõuda keskmise suurusega ettevõtete puhul. Nimelt viie keskmise suurusega ettevõtte veebilehte kaudu ei olnud võimalik ostuni jõuda, suurettevõtte ja väikeettevõtja puhul esines geoblokeerimist kolmel korral ja mikroettevõtte puhul ühe korra. Töö autor leiab, et just kauplajate poolne diskrimineerimine seoses maksetega tuleb võtta senisest suurema tähelepanu alla. Paraku esineb jätkuvalt tarbijaid, kelle osas kasutavad kauplajad erinevaid diskrimineerimise viise, mis on seotud tarbija kodakondsuse, elu- või asukohaga.

¹¹⁵ European Commission. Commission Staff Working Document. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council, on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market. Brussels, 25.5.2016. SWD(2016) 173 final, lk 11.

Samuti tuleks järelevalveasutustel teostada senisest suuremat kontrolli ja viia läbi rohkem teavitustöid, et tõsta kauplejate teadlikkust ja vähendada juba eos tulevikus tekkivaid rikkumisi.

3. Geoblokeeringu määruse laiendamine autoriõigusega kaitstud teostele

3.1. Autoriõiguste territoriaalsus Euroopa Liidus

Autoriõigust on peetud loomemajanduse elujõulisuse võtmeks, mis annab omanikule kontrolli töö kasutamise üle kolmandate isikute poolt.¹¹⁶ Sellest tulenevalt on autoritel ainuõigus lubada või keelata oma teoste otsest või kaudset, ajutist või püsivat reprodutseerimist mis tahes kujul, täielikult või osaliselt originaali ja koopiate osas.¹¹⁷ Autoriõiguseid ja autoriõigusega kaasnevad õiguseid antakse ja jõustatakse riiklikul tasandil vastavalt kaitse taotlemise koha seadustele (*lex loci protectionis*). Lähtudes sellest on autoriõigused antud riiklike seadustega ja piiratud geograafiliselt - autoriõiguse andnud riigi territooriumiga. Autoriõiguse territoriaalsuse põhimõttest tulenevalt reguleeritakse autoriõiguse kõiki aspekte, mida ei ole EL-i tasandil ühtlustatud, siseriikliku õigusega¹¹⁸ Tulenevalt sellest, et autoriõigusega antud õigused põhinevad territoriaalsuse põhimõttel, tekitab see digitaalsel turul sageli lisaprobleeme. Territoriaalselt autoriõigusega kaitstud sisu levitamine Internetis nõuab piiride loomist, kus seda tavaliselt ei eksisteeri. Need piirid tehakse võimalikuks geoblokeerimise kaudu, mis on tava keelata tarbijatele juurdepääs veebisaitidele ja digitaalsele sisule nende geograafilise asukoha alusel.¹¹⁹ Geoblokeerimine kaitseb omakorda autoriõiguse omaniku lepingulisi õigusi ja vabadust jagada lepingu alusel geograafiliselt turge, määrata eri territooriumide jaoks eri hinnad ja maksimeerida töö kasutamisest tulenevat kasumit.¹²⁰

¹¹⁶ S. Schroff, J. Street. The politics of the Digital Single Market: culture vs. competition vs. copyright. Information, Communication & Society 2018, Volume 21 No.10, lk 1308.

¹¹⁷ J. Maciejewski. Book Markets in Europe: Facing the Challenges of the Digital Single Market. Comparative Economic Research 2019, 22/2, lk 178.

¹¹⁸ G. Mazziotti. Is geo-blocking a real cause of concern in Europe? European Intellectual Property Review 2016, lk 367.

¹¹⁹ J. Hoffman. Crossing borders in the digital market: A proposal to end copyright territoriality and geo-blocking in the European Union. The George Washington International Law Review 2016, Volume 49 Issue 1, lk 145.

¹²⁰ T. E. Synodinou. Geoblocking in EU Copyright Law: Challenges and Perspectives. GRUR International 2020, Volume 69 Issue 2, lk 136.

Alljärgnevalt uurib töö autor, kas on võimalik ühelt poolt säilitada ja hoida autoriõigusega kaitstud teoste territoriaalsust ning teiselt poolt laiendada geoblokeeringu määrust autoriõigustega kaitstud teostele.

Digitaalse ühtse turu ja sellega seotud Euroopa Komisjoni poolt 2015. aasta mai alguses avaldatud strateegia seisukohast kahjustavad piiriüleised tõkked autoriõiguse sisule laialdaselt Euroopa kodanike üha kõrgemaid ootuseid juurdepääsule kultuurile, teenustele ja meelelahutusele kogu EL-is, samuti on see loonud olukorra, kus audiovisuaalsisule on seaduslikul viisil raske juurde pääseda. Euroopa Parlament tunnistas vajadust leida sobivad lahendused loominguliste tööde paremaks piiriüleseks juurdepääsetavuseks ning väidab, et see eesmärk vajab sekkumist nii regulatiivsel kui turupõhisel tasandil.¹²¹ Ühtlasi toodi antud strateegias välja, et geoblokeerimine tekitab „tarbijatele rahulolematust ja põhjustab siseturu killustatust“. Komisjon on tuvastanud, et autoriõigus on üks peamisi geoblokeeringu kasutamise põhjuseid ja sisule juurdepääsu tõkete põhjustajaid.¹²²

Ometigi otsustati geoblokeeringu määruuses, et kõigepealt vaadatakse hiljemalt 23. märtsil 2020 läbi artikli 4 lõike 1 punkt b, mis sätestab keeldude ulatust ning seda, kas käesolevat määrust tuleks kohaldada niisuguste elektrooniliselt osutatavate teenuste suhtes, mille peamine sisu on juurdepääsu võimaldamine autoriõigusega kaitstud teostele või muule autoriõigustega kaitstud materjalile ja nende kasutamise võimalustele, sealhulgas autoriõigustega kaitstud teoste või kaitstud materjali müümine mittemateriaalses vormis.¹²³

Tarbijatele nende elukohaliikmesriigis õiguspäraselt osutatava võrgusisuteenuse pidev kättesaadavus kogu liidus on oluline siseturu tõrgeteta toimimise seisukohast ning isikute ja teenuste vaba liikumise põhimõtte tulemuslikuks kohaldamiseks. Siseturg on sisepiirideta ala, mis põhineb isikute ja teenuste vabal liikumisel, mistõttu on vaja tagada, et tarbijad saaksid kasutada kaasaskantavaid võrgusisuteenuseid, mis võimaldavad juurdepääsu sellisele sisule nagu muusika, mängud, filmid, meelelahutusprogrammid ja spordisündmused ja mitte ainult

¹²¹ G. Mazziotti. Is geo-blocking a real cause for concern in Europe? European Intellectual Property Review 38(6), 2016, lk 366.

¹²² M. Trimble. Copyright and Geoblocking: The Consequences of Eliminating Geoblocking. Journal of Science & Technology Law 25.2, 2019, lk 497.

¹²³ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018.

oma elukohaliikmesriigis, vaid ka siis kui viibitakse ajutiselt mõnes teises liikmesriigis, näiteks olles õppimas, puhkusel või ärireisil. Seepärast tuleks kaotada tõkked, mis takistavad sellistel juhtudel juurdepääsu võrgusisuteenustele ja segavad nende kasutamist.¹²⁴ Autoriõigusega kaitstud sisu puhul tuleb aga tarbijal osta igast liikmesriigist eraldi litsentsiõigus, mis muudab kogu protsessi äärmiselt kulukaks ja vaevaliseks. Selline näide juhtus Apple iTunes'ga, kus igal EL liikmesriigil oli oma iTunes'i lokaliseeritud versioon, millele ei pääsenud ligi väljaspool oma geograafilisi riigipiire. Lisaks polnud võimalik pääseda ühes riigis loodud iTunes'i kontole läbi teise riigi, ega kanda selle sisu teise liikmesriiki reisimisel üle. Et tegutseda seaduslikult, tähendab see kõikidest liikmesriikidest litsentsi hankimist, mis on omakorda kallis ja toob kaasa turu killustatuse.¹²⁵

Territoriaalsed litsentsimislepingud mõjutavad digitaalset ühtset turgu autoriõigusega kaitstud teoste jaoks kahekordselt. Esiteks piiravad need selliste teoste piiriülest kaasaskantavust nii, et tarbijad, kes seaduslikult tellivad mõnes liikmesriigis võrguteenuseid, ei pääse sageli samale teenusele juurde isegi ajutiselt teise liikmesriiki liikumisel. Teiseks piirab territoriaalne ainuõigus piiriülest kaubandust. See toob omakorda kaasa selle, et teatavas liikmesriigis elavatel tarbijatel ei ole võimalik tellida võrgusisuteenuseid teises liikmesriigis. Tagajärjeks on see, et ühelt poolt ei pääse teatavate riikide tarbijad ligi autoriõigusega kaitstud sisule, mis on kättesaadav teistele EL-i tarbijatele ja teiselt poolt, kuigi sama teenust osutatakse mitmes EL-i liikmesriigis, on tarbijad kohustatud kasutama oma riiklikku sisupakkumist kohalikes tingimustes ja hindades. Selle tulemusena mõjutab piiratud piiriülene kaasaskantavus ja sellele ligipääsetavus igapäevaselt kuni viit miljonit eurooplast.¹²⁶

Hoolimata sellest, et komisjoni lõppeesmärk on kaotada liikmesriikide turgude vahelised piirid, eelistavad tootjad siiski müügiõigusi territoriaalsel alusel, kuna sellisel juhul on võimalus rakendada hinnadiskrimineerimist suure ja madalama sissetulekuga riikide vahel. Ainuõiguslike ja territoriaalsete litsentside kaudu võivad levitajad olla kindlad, et keegi teine

¹²⁴ Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 14.07.2017 määrus 2017/1128, milles käsitletakse võrgusisuteenuste piiriülest kaasaskantavust siseturul. – ELT L 168/1, 30.06.2017.

¹²⁵ S. Ramaswamy, S. Banerjee. For a Borderless Digital Market: Resolving the Conflict Between Geo-Blocking and Free Access to Services in the European Union. The Indian Journal of Intellectual Property Law, 2018, lk 5.

¹²⁶ G. Mazziotti, F. Simonelli. Another breach in the wall: copyright territoriality in Europe and its progressive erosion on the grounds of competition law. 2016, lk 57. Kättesaadav: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/info-06-2016-0026/full/pdf?title=another-breach-in-the-wall-copyright-territoriality-in-europe-and-its-progressive-erosion-on-the-grounds-of-competition-law> (06.04.2020).

ei tohi filme levitada antud territooriumil, platvormil või kokkulepitud aja jooksul.¹²⁷ Nähtamatud piirid luuakse geoblokeerimise teel, mis sõltuvad tarbija geograafilise asukoha, sealhulgas elukohariigi, kodakondsuse ja IP-aadressi alusel. Näiteks ei pruugi võimalik olla Hispaanias kättesaadavaks tehtud album olla kättesaadav Itaalias ning Hispaania kodanikul, kes reisib Itaaliasse ei ole võimalik pääseda ligi võrgusisule, mis ta Hispaanias on seaduslikult ostnud. Toodud näite puhul on kaupljal juurdepääs tarbija IP-aadressile, mis jälgib tema geograafilist asukohta ning seeläbi blokeeritakse tema juurdepääs piiriülesele veebisaidile.¹²⁸

2017. aastal vastu võetud võrgusisuteenuste piiriülese kaasaskantavuse määrusega tagatakse, et kogu EL-is reisivatel eurooplastel on juurdepääs võrgusisuteenustele, mida nad on oma koduriigis ostnud. Määrusega kohustatakse abonementpõhiste audiovisuaalteenuste operaatoreid pakkuma rändabonentidele juurdepääsu oma elukohariigi kataloogide sisule, kui nad reisivad Euroopas. Kuna filmide rändtellijale kättesaadavaks tegemine, mille õigusi ei ole litsentsitud riigis, kus abonent ajutiselt asub, tähendaks see tavaliselt autoriõiguse rikkumist, on määrukses sätestatud, et teenuse osutamine loetakse toimunuks üksnes tarbija elukohaliikmesriigis. Seega võimaldab määrus näiteks Netflixil ja teistel audiovisuaalsisu pakkujatel pakkuda oma abonentidele sisu üksnes nende elukohariigis tagatud litsentside alusel.¹²⁹ Siiani ei ole piiriülese kaasaskantavuse määrus täielikult oma funktsiooni täitnud, sest digitaalne turg on jätkuvalt väga killustunud ning tekitab tarbijatel ebakindlust.

Eelkõige takistavad internetipõhiste sisuteenuste piiriülest kaasaskantavust asjaolu, et autoriõigusega ja/või sellega kaasnevate õigustega kaitstud audiovisuaalsete teoste edastamise õigused on sageli litsentsitud nii territoriaalselt kui ka asjaolu tuttu, et võrguteenuste osutajad võivad valida ainult konkreetsete turgude teenindamise.¹³⁰

C. Weiss leiab, et Euroopa Komisjon peaks tulevikus edendama välja territoriaalse litsentsi, mida oleks võimalik rakendada mitmel territooriumil. Pakutud lahendus oleks vähem

¹²⁷ P. B. Hugenholtz, J. Poort. Film Financing in the Digital Single Market: Challenges to Territoriality. IIC International Review of Intellectual Property and Competition Law 51, 2020, lk 172.

¹²⁸ S. Ramaswamy, S. Banerjee. For a Borderless Digital Market: Resolving the Conflict Between Geo-Blocking and Free Access to Services in the European Union. The Indian Journal of Intellectual Property Law, 2018, lk 5-6.

¹²⁹ P. B. Hugenholtz, J. Poort. Film Financing in the Digital Single Market: Challenges to Territoriality. IIC International Review of Intellectual Property and Competition Law 51, 2020, lk 175.

¹³⁰ C. Hutchinson. Challenges to Competition of Geographic Restrictions to Online Sales of Goods and Digital Content, 2018, lk 294. Kättesaadav: <https://law-journal.hse.ru/data/2019/01/14/1146827651/Ючинсон.pdf>

radikaalsem kui kõrvaldada kõikides liikmesriikides olevad geoblokeerivad tõkked ja luua ühtne EL-i autoriõiguse seadus. Selline lahendus võimaldaks liikmesriikide õigusloojatel säilitada ning edendada oma kultuuriväärtust siseriiklike autoriõiguse seaduste kaudu, mis põhineks konkreetse liikmesriigi majanduslikul olukorral, õigustraditsioonidel ja kultuuripoliitikal.¹³¹

Magistritöö autori arvates tekitavad ja soodustavad praegused territoriaalsed piirangud turu killustatust, mis omakorda suurendab tarbijate rahulolematust ja ebavõrdsust. Samas võib sarnane olukord jätkuda, näiteks territoriaalsus võib küll mõne aja jooksul liikmesriikide vahelt kaduda, kuid lepinguvabadus eksisteerib jätkuvalt edasi.

Oluline on saavutada liikmesriikide vahel üksmeel ning teha koostööd huvigruppidega ning liikudes järkjärgult territoriaalsete tõkete kaotamise suunas.

Tähtis on saavutada tasakaal, kuidas kaitsta kõige paremini õiguse omaniku huve ning kuidas oleks tulevikus tarbijatel võimalik lihtsamini saada autoriõigusega kaitstud sisule juurdepääs.

3.2. Autoriõiguste geoblokeerimine

Esialgne reaktsioon autoriõigusega seotud geoblokeerimise kaotamisest tekitas üsna suurt poleemikat. EL-i piiriülese kaasaskantavuse määrusega¹³² lahendati Netflix'i probleem, mille käigus tellitud sisu muutus EL-is kaasaskantavaks, kuid paraku ei käsitletud geoblokeerimist üldiselt. Geoblokeerimise määruse läbivaatamisklauslis seisab, et komisjon korraldab regulaarseid hindamisi, kuid esimene läbivaatamine toimub kahe aasta pärast peale määruse jõustumist, mille käigus hinnatakse, kas geoblokeerimise keeldu tuleks laiendada ja mis saab sellisel juhul liikmesriikide autoriõigustest.

Digitaalse infosisu tarbimine on aasta aastalt kasvanud ning peaaegu kahekordistunud on nende tarbijate hulk, kes proovivad piiriüleselt autoriõigusega kaitstud sisule juurdepääsu saada nagu muusikale, e-raamatutele ja -mängudele, kui 2015. aastal oli antud näitajaks 8%, siis 2019. aastal juba 15%. Levinumaks põhjuseks on just oma riigis kättesaadavuse

¹³¹ C. A. Weiss. Available to All, Produced by Few: The Economic and Cultural Impact of Europe's Digital Single Market Strategy within the Audiovisual Industry. Columbia Business Law Review, 877, 2016, lk 921.

¹³² Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 14.06.2017 määruses 2017/1128/EL mis käsitleb võrgusisuteenuste piiriülese kaasaskantavuse kohta siseturul. – ELT L 168/1. 30.06.2017.

puudumine (44%) ja laiema valiku otsimine (39%).¹³³ Varem võis olla võimalik mängida CD-d erinevatel seadmetel, näiteks CD-mängijas, autoraadios ja arvutis, kuid see ei pruugi võimalik olla näiteks MP3-faili puhul. DVD-mängijate puhul võib lisaks esineda ka regionaalseid piiranguid, mis tähendab, et ühe regiooni DVD-mängija ei mängi teise regiooni DVD-sid. Digitaalse infosisu kasutamise kontrolli võimaldavad tehnikad võivad olla põhjuseks, miks tarbijad ei saa kasutada e-raamatut samal viisil, nagu nad on harjunud kasutama tavalist raamatut, miks neil puudub ligipääs videole või miks nad leiavad, et ostetud infosisu ei ühildu nende seadmetega või et seda ei saa üle kanda uuele seadmele.¹³⁴ Oluline on mõista, et õigusi saab litsentsida ainuõiguslikult või mitteainuõiguslikult geograafiliselt ja/või vastuvõtu-, edastuse- või kasutustehnoloogia alusel. Litsentsilepingute õiguste ulatustega lähtutakse reeglina kolmest punktist: (i) geograafilised õigused, mis on seotud konkreetse geograafilise piirkonnaga, kus digitaalse infosisu pakkuja tohib seaduslikult oma toodet müüa; (ii) kasutusõigused, mis sisaldavad juurdepääsutingimusi, mida digitaalse infosisu pakkujad tohivad seaduslikult kasutada sisu levitamiseks ning mille alusel see võimaldab kasutajal sisu vastu võtta; (iii) avaldamisõigus, aeg või periood kus on digitaalse infosisu pakkujal seaduslik alus toodet müüa.¹³⁵

Lähtudes eeltoodust tuleb mõista, et litsentsitud õigusi ei ole võimalik piiramatult ja lõpmatuseni kasutada, vaid eelkõige sõltub see sellest, kuidas on pooled litsentsilepingus kokku leppinud.

Tekkinud olukorra on põhjustanud autoriõiguse territoriaalne piiratus, mis samas ei välista mitut territooriumi hõlmavat litsentsi, kuid nende saamine on äärmiselt keeruline ning ka üsna kulukas.

Ära ei tohi unustada, et eelkõige on õiguste omajal esmane õigus piirata teenusepakkujatele antud litsentside territoriaalset ulatust, mille kohaselt on tal õigus otsustada, milline territoorium selle saab. Ka teenusepakkujal on õigus piirata teenuse pakkumist teatava territooriumiga isegi siis, kui saadud litsents hõlmab tervet territooriumi, näiteks tervet EL-i,

¹³³ Eurobarometer survey published on awareness of rules about geo-blocking. - Tech Law for Everyone 07.01.2019. Kättesaadav: <https://www.scl.org/news/10602-eurobarometer-survey-published-on-awareness-of-rules-about-geo-blocking> (11.01.2020).

¹³⁴ S.Kuusik, K.Sein. Digitaalse infosisu lepingutingimustele vastavuse hindamine. - Juridica 2014, X, lk 754.

¹³⁵ Euroopa Komisjon. Komisjoni aruanne Nõukogule ja Euroopa Parlamendile. E-kaubandussektori uuringu lõpparuanne. Brüssel, 10.5.2017. COM(2017) 229 final lk 7.

samuti võib juhtuda, et omandatud litsents jääb kasutamata.¹³⁶ Seejuures võiks eeldada, et digitaalne ühtne turg peaks tähendama tarbijatele rohkem võimalusi ja suuremat juurdepääsu digitaalsele sisule, olenemata millises riigis elatakse või kus parasjagu reisitakse. Vaatamata sellele võttis Komisjon uurimise alla Sky UK ja kuue suurima Hollywoodi filmistuudio vahel sõlmitud litsentsilepingud, mis sisaldas tasulist televisiooniteenuse piiriülest piiramist teistele liikmesriikidele, va Iirimaale. Uurimise käigus selgus, et teatavad sisu edastavad litsentsilepingud sisaldasid geoblokeerimist, mille kohaselt kohustus Sky UK takistama juurdepääsu filmidele väljaspool UK ja Iirimaad oma interneti- ja satelliittelevisiooni teenuste kaudu, mis omakorda andis Sky UK-le täieliku territoriaalse ainuõiguse.¹³⁷

Juhul kui sisu- ja teenusepakkujad sõlmivad lepinguid, mis nõuavad, et nad piiraksid kasutajatele juurdepääsu sisule, kes soovivad saada ühendust teatud territooriumil, võivad lepingust tulenevad klauslid nõuda juurdepääsupiiranguid geoblokeeritakse. Sõltuvalt olukorrast võivad selliste lepinguliste territoriaalsete piirangute põhjused olla majanduslikud, nagu näiteks turuosadeks jaotamine või teistel juhtudel tulenevad nõuded litsentsiandja õiguste ja/või kohustuste territoriaalsest piiramisest. Kõige tüüpilisem stsenaarium oleks, kus litsentsiandjal on autoriõigus sisule ainult mõnes liikmesriigis ning kui litsentsiandja litsentsib autoriõigusega kaitstud sisu, peab litsents olema territoriaalselt piiratud. Näiteks Sat. 1 Saksamaa telejaam ütleb oma teenuste tingimustes, et selle kasutajad ei tohi oma geoblokeerimisvahendeid “muuta, sellest kõrvale hoida ega muul viisil eirata.” Kui kasutaja ei täida teenuseosutaja poolt seatud tingimusi, rikub kasutaja sellega lepingut, millele võivad järgneda sanktsioonid.¹³⁸

Alternatiivne lahendus territoriaalselt piiranguteta turgude tekkimise soodustamiseks võiks olla EL institutsioonide, Komisjoni poolt läbiviidav algatus, mille eesmärk on määratleda ühised standardid olemasolevate EL õigusaktide rakendamisel. Sellest tulenevalt võiks Komisjon anda juhiseid ja soovitusi autoriõiguse ja EL konkurentsioiguse vastastikuse toimimise kohta, mille tulemusena lahendada või leevendada konflikt intellektuaalomandi õiguste kasutamise vahel riiklikul tasandil ning vaba liikumise ja piiriüleste teenuste

¹³⁶ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Autoriõiguse euroopalikuma ja aja nõuetele vastava raamistiku suunas. Brüssel, 09.12.2015 COM(2015) 626 final, lk 5.

¹³⁷ I. Lianos. Updating the EU Internal Market Concept. Centre for Law, Economics and Society. Research Paper Series: 1/2018, lk 39.

¹³⁸ M. Trimble, S.S. Lionel, W.S. Boyd. The role of geoblocking in the Internet legal landscape. IDP. Revista de Internet, Derecho y Politics. No. 23, lk 49.

osutamise põhimõtete vahel. See võiks aidata leida ja määratleda sobivamad litsentsimistavad, mis aitaksid autoriõiguse omanikel, eriti audiovisuaalsektoris eelnevalt kindlaks teha, millisel alusel nad saaksid õiguspäraselt jätkata oma ainuõiguste kasutamist territoriaalsetel alustel, rikkumata EL toimimise lepingu artiklit ja vaba liikumispõhimõtet.¹³⁹

Oluliselt radikaalsem lahendus oleks see, mis piiraks territoriaalsuse põhimõtet, näiteks päritoluriigi põhimõtte kehtestamisega või asendades territoriaalsed autoriõiguse seadused ühtse liikmesriigis kehtiva autoriõiguse seadusega, mis võimaldaks üleeuroopalist litsentsimist.¹⁴⁰

G. Mazziotti on pakkunud üheks lahenduseks ühtse digitaalala loomist audiovisuaalteoste üleeuroopaliseks kasutamiseks ja sellega seotud geoblokeerimise meetmete keelustamise. Uut liiki üleeuroopalise autoriõiguse loomine tähendaks kas (i) siseriiklike õigusaktide nõuetekohast vastavusse viimist ühetaoliselt kohaldatava määrusega kogu ELis või (ii) kogu EL-i hõlmava autoriõiguse kaitse vabatahtliku süsteemi loomist, mis muutuks kohaldatavaks EL-i eriametis (EUIPO) registreeritud loomingulistele teostele ning annaks autoriõiguse omanikele võimaluse oma õigusi üleeuroopaliselt kasutada ja jõustada. Samas oleks esimene lahendus praegusel hetkel üsna ebareaalne, kuna see nõuaks, et kõik liikmesriigid lõhuks oma ülesehitatud autoriõiguse süsteemid ära.¹⁴¹

Ka käesoleva töö autor leiab, et kõigepealt oleks vaja kogu audiovisuaalsektor põhjalikult lahti mõtestada, ära kaardistada, mõelda geoblokeerimise õiguslike tagajärgede peale ja mitte unustada riike, mis ei soovi sellist siduvust ühtse autoriõiguse näol.

Juhul kui siiski otsustatakse laiendada geoblokeeringu regulatsioone, et katta täielikult audiovisuaalsete ja autoriõigustega kaitstud sisu, siis see tooks kaasa kohustuse teenusepakkujatele pakkuda oma teenuseid üle kogu ELi ilma otsese või kaudse diskrimineerimiseta kas siis rahvuse või asukohajärgsetel alustel. Üldistes juurdepääsu tingimustes ei lubataks teenusepakkujatel keelduda müügist või ka erinevate hindade pakkumisest nendele konkreetsetele regioonidele. See lubaks põhimõtteliselt ELi tarbijatel pääseda ligi ning osta sisu ükskõik milliselt pakkujalt, kes EL piires toimetab. Kuid kui laiendada ainult regulatsiooni ulatust, siis see üksi ei hoia ära sisu pakkujate ja teenuse

¹³⁹ G. Mazziotti. Is geo-blocking a real cause for concern in Europe? European Intellectual Property Review 38(6), 2016, lk 373.

¹⁴⁰ T. E. Synodinou. Geoblocking in EU Copyright Law: Challenges and Perspectives. GRUR International 2020, Volume 69 Issue 2, lk 146.

¹⁴¹ G. Mazziotti. Is geo-blocking a real cause for concern in Europe? European Intellectual Property Review 38(6), 2016, lk 373.

edastajate poolset pakkumiste piiramist ning ligipääsu eristamist territoriaalselt.¹⁴² Tekkinud killustatus takistab ettevõtjatel tegelemast piiriülese müügiga, mis toob neile kaasa lepinguõigusega seonduvad kulud ning tekitab ettevõtjatel segadust nende õiguste ja kohustuste kohta. See kõik pärsib soodsa piiriülese ettevõtluskeskkonna loomist. Erinevused riikide lepinguõiguses on tekitanud jaemüüjatele, just mikro- ja VKE ühekordseid kulusid ca 4 miljardi euro ulatuses.¹⁴³

3.3. Autorite kaitsemeetmed geoblokeeringu laienemisel

Digitaalse kasvuga on suurenenud muusika- ja audiovisuaalteoste Internetis kättesaadavuse võimalused. Järjest lihtsam on selliseid teoseid, kas legaalselt või illegaalselt kopeerida, edastada või teha kolmandatele isikutele kättesaadavaks. Paljud tarbijad sealhulgas ei teadvusta endale, et tegemist on autoriõiguse rikkumisega ning sisu autorile tuleb maksta tasu. Enamikel kordadel on aga autoritel suhteliselt raske kui mitte võimatu kontrollida või takistada oma teoste loata kasutamist.¹⁴⁴ Teisest küljest on tarbijatel aga raske mõista, miks neil puudub juurdepääs teistes liikmesriikides sisu pakutavatele teenustele. Tekkinud olukord on tingitud sellest, et autor võib otsustada teenusepakkujatele antud litsentside territoriaalset ulatust piirata, mille tulemusena saabki teenust pakkuda näiteks ühel või kahel territooriumil.¹⁴⁵

Praeguses Euroopa õigusraamistikus saavad tootjad rahastada oma saateid ja filme territoriaalse ainuõiguse kaudu. Territoriaalne ainuõigus hõlmab ainuõiguste müümist erinevatele ringhäälinguorganisatsioonidele ja võruplatvormidele, nagu näiteks Netflix EL territooriumil. Seega saavad sisutootjad oma tulusid maksimeerida, müües sama sisu korduvalt eri territooriumidel asuvatele sihtrühmadele. Nende territoriaalsete autoriõiguste- ja levitamisoiguste teostamiseks on sisu välisturgudel asuvatele kasutajatele aga geoblokeeritud. Näiteks Netflix'i filmiõigused Saksamaal võivad olla teistsugused kui Hollandis. Seega kui Saksamaal elav isik külastab Hollandit ja soovib pääseda ligi oma Netflix'i kontole,

¹⁴² T. Pihljarinne, J. Vesala, O. Honkkila. Online Distribution of Content in the EU. 2019, lk 214.

¹⁴³ Euroopa Komisjon. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus, mis käsitleb ettepanekut digitaalse sisu üleandmise lepingutega seonduvaid aspekte. Brüssel, 09.12.2015. COM(2015) 634 final, lk 2.

¹⁴⁴ H. Trasberg. Eesti kahju hüvitamise regulatsiooni vastavus Euroopa Liidu õigusele autoriõiguse ja autoriõigusega kaasnevate õiguste rikkumise korral. Justiitsministeerium, 2020, lk 3.

¹⁴⁵ Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele autoriõiguse euroopalikuma ja aja nõuetele vastava raamistiku suunas. Brüssel, 9.12.2015 COM(2015) 626 final, lk 5.

geoblokeeritakse tema juurdepääs tavapärastele saadete ja filmide kataloogile, mis on hõlmatud saksakeelse tellimusega.¹⁴⁶

Siiani on EL autoriõigus ja geoblokeerimine püüdnud lahendada ühtse turu küsimust ja autoriõiguse territoriaalsuse mõiste vahelist vastuolu tagasihoidliku ja hoolika lähenemisviisi kaudu, mis põhineb eelkõige autoriõiguse territoriaalsuse kaitsmise ja sellega kaasnevate geoblokeerimise tavadega. Väljatöötatavad mehhanismid peavad põhinema tasakaalustatud lähenemisviisil ning lähtuda põhimõttest tagada õiguste omanikele asjakohane ja õiglane tasu. Sellest tulenevalt tuleks Komisjonil hinnata ning uurida alternatiivseid võimalusi selle küsimusega tegelemiseks, näiteks kohustada jagama autoriõigusega kaitstud sisu õiguspäraselt ja passiivselt vastavalt tarbija taotlustele, et tarbija maksab oma koduriigis välja litsentsimise õiguspärased lisakulud.¹⁴⁷ Praegusel hetkel toetab territoriaalsete litsentside olemasolu suures osas autoriõiguse seadus, mis võimaldab õiguste omanikel oma õigusi kaitsta. Lähtuvalt sellest peab teenuse osutaja, kes soovib pakkuda sisu kogu Euroopas, omandama õigused igas liikmesriigis ning järgima kõiki siseriiklikke autoriõiguse seadusi.

Olemasolevad geograafilised tõkked mõjutavad pigem rohkem tarbijaid, kelle netiühendus näiteks rongis filme vaadates kohe takistatakse, kui rong Belgiast Luxembourgigi jõuab. Samas on Rahvusvahelise muusikamanageride foorum IMMF ning mitmed teised filmi- ja teistes sisutööstuses olijad nõus sellega, et suudetakse säilitada ühtsel turul autoriõigustega kaitstud töödele territoriaalsed piirangud väljastamisjärgseks perioodiks.

Teiseks väljapakutud lahenduseks oleks autoriõiguste ühtlustamine kogu Euroopas, mis eeldaks kogu süsteemi muutmist. Autoriõiguste ühtlustamine, nagu iga globaliseerumisprotsess, tooks kaasa üleeuroopalise litsentsimise ja territoriaalsuse põhimõtte kadumise liikmesriikides. Selline lahendus mõjuks negatiivselt ja pärssivalt kultuuri ja keelelisele mitmekesisusele, mis omakorda ohustaks iga liikmesriigi kultuuripärandi säilitamist. Sellega seoses on erinevad huvirühmad väitnud, et territoriaalsed piirangud on isegi soovitatavad, kuna need toetavad kultuuriloomingut, mis on suunatud riiklikele sihtrühmadele.¹⁴⁸

¹⁴⁶ C. A. Weiss. Available to All, Produced by Few: The Economic and Cultural Impact of Europe's Digital Single Market Strategy within the Audiovisual Industry. Columbia Business Law Review, 877, 2016, lk 883.

¹⁴⁷ T. E. Synodinou. Geoblocking in EU Copyright Law: Challenges and Perspectives. GRUR International 2020, Volume 69 Issue 2, lk 150.

¹⁴⁸ *Ibid.*, lk 147.

Kolmanda võimaliku variandina on pakutud välja, et kuidas oleks võimalik luua ühtne digitaalne turg, koos legaalse piiriülese juurdepääsuga sisule, oleks suurendada litsentsilepingute läbipaistvust.¹⁴⁹

Kahtlemata mõjutaks geoblokeeringu kõrvaldamine intellektuaalomandi litsentsimise tavaid, millega oleksid hõlmatud kõik huvigrupid. Piirangute kaotamine liikmesriikides tähendaks, et litsentsiandjatel, sealhulgas sisupakkujatel ja levitajatel oleks keelatud väljastada territoriaalselt piiratud litsentse, sest isegi kui litsentsiandjatel oleks litsentsis hõlmatud territoriaalne piiritlemine, ei oleks sellega midagi teha. Geoblokeeringu kaotamine tooks litsentsiandjatele kohustuse anda välja globaalseid litsentse või litsentse kogu piirkonnast. Kui hetkel on litsentsiandjal võimalik valida ja otsustada territooriumide osas, kuhu nad soovivad litsentse anda, siis peale geoblokeeringute kadumist sellist võimalust enam ei ole. Samas võivad litsentsiandjal olla omad mõjuvad põhjused, miks nad teatud riikidele või territooriumidele litsentse ei anna, selleks põhjuseks võib olla litsentsi kooskõlastamine teise osaspoolega või on tegemist majanduslike põhjustega.¹⁵⁰

Kokkuvõttes tekitab geoblokeering tarbijatele frustratsiooni, kuna nad soovivad saada ligipääsu piirideta juurdepääsule. Tekkinud olukord võib kaasa tuua aga digitaalse piraatluse, kuna tarbijad otsustavad sisu ebaseaduslikult alla laadida, sest puudub võimalus seda seaduslikult osta. Geograafiline blokeerimine võib omakorda aga põhjustada õiguste omanikele ja litsentsisaajatele eelkõige saamata jäänud kasumit.¹⁵¹

Käesoleva töö autor leiab, et territoriaalne autoriõiguste litsentsimine on kõige enam turu killustumisele kaasa aidanud ning tekitab nii tarbijates kui autorites ebakindlust. Jätakuvalt on arusaamatu, kuidas digitaalse turu ühtlustamine ainulitsentside näol peaks välja nägema, ning kuidas toimub litsentside väljastamine ja nende eest tasumine.

¹⁴⁹ M. Ettel, P.W.J. de Bijl. A next step for territorial copyright licenses for on-demand audio-visual services in the light of the EU Digital Single Market. Information, Communication & Society. 2019, lk 6.

¹⁵¹ J. Hoffman. Crossing borders in the digital market: A proposal to end copyright territoriality and geo-blocking in the European Union. The George Washington International Law Review 2016, Volume 49 Issue 1, lk 146.

Olulisteks märksõnadeks autorite ja tarbijate vahelises suhtluses antud küsimuses oleks läbipaistvus ja selgus. Meeles tuleb pidada, et see mis on kasulik autoritele ei tähenda sama tarbijate jaoks. Sisu loojatel ei ole lihtne selgeks teha, kuidas vahendajad (plaadifirmad, kirjastajad või kollektiivse esindamise organisatsioonid) on autoriõigustega ümber käinud. Vaja oleks Komisjoni poolt läbi viia kaardistamine, mis hõlmaks digitaalse ühtse turu mõju loovusele ja tulenevalt sellest pakkuda välja lahendusi.¹⁵²

Selleks on aga vaja läbi viia põhjalik hindamine ning uurida mida autoriõiguse ühtlustamine endaga kaasa toob. Autori arvates peaks eesmärk olema liikuda Euroopa ühtne meetmepaketi autoriõiguste kaitsmiseks ning kus oleksid arvestatud nii tarbijate kui autorite huvide ja õigustega.

¹⁵² J. Beaumont-Nesbitt (IMMF): autorite häält on liiga vähe kuulda! Kättesaadav: <https://www.rada7.ee/jake-beaumont-nesbitt-immf-autorite-haalt-on-liiga-vahe-kuulda/> (12.03.2020).

KOKKUVÕTE

Euroopa Komisjon võttis 2015. aasta mais vastu Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia, mis põhineb kaupade, teenuste, inimeste ja kapitali vabal liikumisel. Eelkõige keskendub strateegia tarbijate ja ettevõtjate paremale juurdepääsule internetikaupadele ja teenustele Euroopa Liidus. Lähtuvalt sellest tegi Euroopa Komisjon ettepaneku lõpetada liikmesriikide vaheline asukohapõhine diskrimineerimine, suurendada piiriülese pakiveo hindade läbipaistvust ning vähendada täiendavate ühtlustamismeetmete kaudu eri liikmesriikide autoriõigust.

Et luua ühtne ja tugev toimimine kogu Euroopa Liidus võeti 28. veebruaril 2018. aastal vastu Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus (EL) 2018/302, mis käsitleb siseturul põhjendamatu asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kliendi kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel.

Käesoleva magistritöö eesmärgiks oli analüüsida geoblokeeringu määruse rakendumist ning hinnata, kas Eesti e-kauplejate poolt on tagatud antud määruse artiklite 3, 4 ja 5 järgimine Euroopa Liidus tehtavate piiriüleste ostude korral.

Teiseks analüüsiti, kas geoblokeeringu määrust on võimalik laiendada piiriüleselt autoriõigustega kaitstud teostele.

Magistritöö raames viidi läbi kvantitatiivne uuring, mille käigus analüüsiti 50 Eesti e-kauplejat võttes aluseks geoblokeeringu määruse artiklid 3, 4 ja 5. Täpsete tulemusteni jõudmiseks oli vaja kõikide e-kauplejate veebilehtede külastamiseks kasutada mõne teise Euroopa Liidu liikmesriigi IP-aadressi. Uuringu käigus sooviti vastuseid järgnevatele küsimustele:

- kas tarbijal on ligipääs e-kaupleja internetipõhisele kasutajaliidesele?
- kas e-kaupleja pakub piiratud tootevalikut?
- kas e-kaupleja pakub võimalust kaubale ise järgi tulla?
- kas e-kaupleja rakendab välisriigi maksevahendile piiranguid?

Läbiviidud uuringu käigus selgus, et ükski 50-st e-kauplejast ei piiranud välisriigi tarbijatele ligipääsu oma internetipõhisele kasutajaliidesele.

Teise uurimisküsimuse raames selgus, et 50-st Eesti e-kauplusest pakub välisriigi tarbijatele piiratud tootevalikut kaks väikeettevõtet.

Kolmanda uurimisküsimuse raames selgus, et 50-st Eesti e-kauplusest 24 (48%) ei paku tarbijatele võimalust tulla kaubale ise eelnevalt poolte vahel kokkulepitud kohta järgi. Rohkem kui pooltest ettevõtetest 26 (52%) pakkusid tarbijatele võimalust tulla ise kaubale järgi.

Neljanda uurimisküsimuse raames selgus, et 50-st Eesti e-kauplusest 38 (76%) ei rakendanud välisriigi maksevahendile piiranguid. Ülejäänud 12 (24%) e-kaupluse puhul ei olnud võimalik ostutehinguni jõuda, kuna kohustuslik kontaktandmete vorm oli mõeldud tarbijatele, kes elavad Eestis. Hoolimata sellest, et Euroopa Komisjon soovib näha ilma sisepiirideta ja tarbijatele mõeldud suuremate valikuvabadustega ühtset Euroopat, rakendavad siiski e-kauplejad tarbijate osas jätkuvalt diskrimineerivaid piiranguid. Antud teema uudsuse tõttu on võimalik, et leidub siiani ettevõtteid, kes ei ole geoblokeeringu määruses sätestatud piirangutest midagi kuulnud või vastupidiselt, just soovivad edaspidigi valida endale tarbijaid meelepärastest liikmesriikidest võttes arvesse tarbija kodakondsust või elukohta. Arvestades läbiviidud uuringu käigus kontrollitud väikest e-kauplejate hulka ning uuringust selgunud tulemuste osas, võib arvata, et geoblokeeringu määrust rikkuvate kauplejate arv on kindlasti suurem. Sellest lähtuvalt tuleks järelevalveasutusel kauplejatele selgitada, milles rikkumine seisneb ja selgitada, millised õigused ja kohustused neil määrusest tulenevalt on.

Teise analüüsi jaoks hinnati, kas piiriüleselt autoriõigusega kaitstud teostele on võimalik laiendada geoblokeeringu määrust.

Autoriõiguseid ja autoriõigusega kaasnevad õiguseid antakse ja jõustatakse riiklikul tasandil vastavalt kaitse taotlemise koha seadustele (*lex loci protectionis*). Lähtudes sellest on autoriõigused antud riiklike seadustega ja piiratud geograafiliselt - autoriõiguse andnud riigi territooriumiga. Autoriõiguse territoriaalsuse põhimõttest tulenevalt reguleeritakse autoriõiguse kõiki aspekte, mida ei ole EL-i tasandil ühtlustatud, siseriikliku õigusega.

Lähtudes sellest, et komisjoni lõppeesmärk on kaotada liikmesriikide turgude vahelised piirid, eelistavad tootjad siiski müügiõigusi territoriaalsel alusel, kuna sellisel juhul on

võimalus rakendada hinnadiskrimineerimist suure ja madalama sissetulekuga riikide vahel. Ainuõiguslike ja territoriaalsete litsentside kaudu võivad aga levitajad olla kindlad, et keegi teine ei tohi filme levitada antud territooriumil, platvormil või kokkulepitud aja jooksul. Alternatiivne lahendus territoriaalselt piiranguteta turgude tekkimise soodustamiseks võiks olla EL institutsioonide, eriti Komisjoni poolt läbiviidav algatus, mille eesmärk on määratleda ühised standardid olemasolevate EL õigusaktide rakendamisel. Sellest tulenevalt võiks Komisjon anda juhiseid ja soovitusi autoriõiguse ja EL konkurentsioiguse vastastikuse toimimise kohta, mille tulemusena lahendada või leevendada konflikt intellektuaalomandi õiguste kasutamise vahel riiklikul tasandil ning vaba liikumise ja piiriüleste teenuste osutamise põhimõtete vahel. See võiks aidata leida ja määratleda sobivamad litsentsimistavad, mis aitaksid autoriõiguse omanikel, eriti audiovisuaalsektoris eelnevalt kindlaks teha, millisel alusel nad saaksid õiguspäraselt jätkata oma ainuõiguste kasutamist territoriaalsetel alustel, rikkumata EL toimimise lepingu artiklit ja vaba liikumispõhimõtet.

Oluliselt radikaalsem lahendus oleks see, mis piiraks territoriaalsuse põhimõtet, näiteks päritoluriigi põhimõtte kehtestamisega või asendades territoriaalsed autoriõiguse seadused ühtse liikmesriigis kehtiva autoriõiguse seadusega, mis võimaldaks üleeuroopalist litsentsimist. Juhul kui siiski otsustatakse laiendada geoblokeeringu regulatsioone, et katta täielikult audiovisuaalsete ja autoriõigustega kaitstud sisu, siis see tooks kaasa kohustuse teenusepakkujatele pakkuda oma teenuseid üle kogu ELi ilma otsese või kaudse diskrimineerimiseta kas siis rahvuse või asukohajärgsetel alustel. Üldistes juurdepääsu tingimustes ei lubataks teenusepakkujatel keelduda müügist või ka erinevate hindade pakkumisest nendele konkreetsetele regioonidele. See lubaks põhimõtteliselt ELi tarbijatel pääseda ligi ning osta sisu ükskõik milliselt pakkujalt, kes EL piires toimetab. Kuid kui laiendada ainult regulatsiooni ulatust, siis see üksi ei hoia ära sisu pakkujate ja teenuse edastajate poolset pakkumiste piiramist ning ligipääsu eristamist territoriaalselt.

Kokkuvõtlikult saab öelda, et kõigepealt oleks vaja kogu audiovisuaalsektor põhjalikult lahti mõtestada, ära kaardistada, mõelda geoblokeerimise õiguslike tagajärgede ja erinevate huvigruppide peale, kelle jaoks ei pruugi selline siduvus autoriõiguste näol kõige ahvatlevam variant olla.

THE IMPLEMENTATION OF GEOBLOCKING REGULATION IN ESTONIA AND THE POSSIBILITIES OF APPLYING IT TO THE COPYRIGHT PROTECTED WORKS

Summary

European Commission accepted the digital joint market strategy, which is based on the free movement of goods, services, people and capital in May 2015. The strategy focuses mostly on better access of consumers and entrepreneurs for online goods and services inside the European Union. Based on that the European Commission proposed to end the location based discrimination between the member states, to enlarge the transparency of the cross-border package logistics and diminish the copyrights of different member states by additional homogenization methods.

In order to create a joint and strong action in the whole European Union, an regulation of European Parliament and Council was accepted on February 28th, 2018. This regulation disserts the unreasonable location based occlusion in internal market as well as other ways of discrimination based on the consumers' citizenship, living place or location.

This regulation needs to be looked at as part of the general e-commerce method package, which is presented by the European Commission and which' aim is firstly to eliminate all the existing cross-border occlusions as well as to create a joint framework for e-commerce.

The main goal of the method package is as follows:

- Enhancing the trust of consumers and security of the traders
- Guaranteeing better access for the goods and services in online shops
- Diminishing the transaction costs and administrative burden for the traders.

The goal of the current master thesis was to analyze the implementation of the geoblockage regulation and also to evaluate if the accordance with the articles 3, 4 and 5 in the regulation are guaranteed by Estonian e-traders in the cases of cross-border purchases.

Secondly the author of the thesis analyzes, if it is possible the enhance the regulation of the geoblockage to the copyright protected works across the borders.

A quantitative research was concluded, during which 50 Estonian e-traders were analyzed based on the articles 3, 4 and 5 in the geoblocking regulation. In order to reach precise results, 50 homepages of Estonian e-traders were visited via IP-address which belonged to some other European Union member state.

During the research the following questions were answered:

- does the consumer have access to the user interface of the e-trader?
- does the e-trader limit the offered selection of products?
- does the e-trader offer the possibility to pick up the package by the consumer himself?
- does the e-trader implement any limitations to paying with the currency of the other state?

The research concluded that none of the 50 e-traders did not limit the access to their user interface to the consumers from foreign country.

As a result to the second question, it was found that two small enterprises offer limited selection of products to the consumers from foreign country.

As a result of the third question, it was found that 24 out of 50 Estonian online stores (48%) do not offer the possibility for the consumer to pick up the purchase by themselves at an agreed spot. More than half of the e-traders, 26 out of 50 (52%) offered the possibility for the consumer to pick up their purchase by themselves.

As a result of the fourth question, it was found that 38 out of 50 online stores (76%) did not implement any limitations to the currency of the foreign state. With the remaining 12 online stores (24%) it was not possible to conclude the purchase, as the compulsory contact form was meant only for consumers who live in Estonia. Despite of the fact that European Commission wishes to see a united Europe with larger freedom of choice and without any inside borders, the e-traders still implement discriminatory limitations to the consumers.

As the theme of this thesis is novel, it is possible that there are still enterprises who have not heard anything about the limitations stipulated in the geoblocking regulation or on the contrary, wish to choose their consumers from the member states based on their liking and taking into account the living place or citizenship of the consumer. Taking into consideration

the number of the controlled small amount of the e-traders and the results of the research, it could be said that the number of the traders who violate the geoblocking regulation, is most likely bigger. Based on this, the supervision authorities should explain more to the traders, what this violation means and is about and what kind of rights and obligations they have that derive from the above-mentioned regulation.

By evaluating the goals presented in the method package and comparing them to the results of the research, it appears that the geoblocking regulation has not remarkably enhanced the security of the traders because the consumers are continuously discriminated based on their citizenship, living place or location. Why else it is clear from the results of the questionnaire that when buying from another member state, only 38% of European citizens feel secure?

Also the current research showed that there are continuing problems with the accessibility of the goods and services from online stores. Does the consumer see a limited selection of products compared to another consumer in some other member state or has the trader implemented different blockings, so that the consumer cannot conclude the purchase.

The traders have explained that the cross-border transportation costs are continuingly too expensive and 57% of the enterprises claim that in case all the member states would implement similar norms for e-trading, they would start online sales to other European Union member states or enhance the amounts of the current numbers.

For the second analysis it was evaluated, if the geoblocking regulation would be possible to implement cross-borderly to the works protected by copyrights.

Copyrights and rights superveneing to copyrights are given and empowered on a state level, in accordance to the law of the application location (*lex loci protectionis*). Based on this, the copyrights are given by state laws and are geographically limited to the territory of the country issuing the copyright law. The principal of territoriality of the copyright is the basis to the fact that all the aspects of copyrights which are not unified on European Union level, are covered by internal law.

Based on the fact that the final goal of the European Commission is to stop the limits between the markets of different member states, the producers still prefer the sales rights based on territoriality, because in this case there is a possibility to implement the pricing discrimination between the states with higher and lower income levels. The singular and

territorial licences can be a way for the broadcasters that nobody else can spread the movies on a given territory, platform or during a stipulated timeframe.

Alternative solution for the creation of a market without territorial limitations could be an initiative by European Union Institutions, especially by European Commission, which' goal is to stipulate united standards to the implementation of existing European Union legal acts. Based on this the European Commission could give guidelines and advice about the mutual interaction of copyright and European Union competitive law and the result of this could solve or ease the conflict of using the rights of intellectual property on a state level and also between the principle of free movement and cross-border services. This could help to find and stipulate the most suitable licencing habits, which would help the copyright owners, especially in audiovisual sector to find out, on what base they could legally continue the usage of their singular rights on territorial bases, without breaking the article of EU free movement and free movement principle.

A lot more radical solution would be to limit the principle of territorialism, for example by implementing the state of the origin principle or replacing the territorial singular rights laws with a united binding copyright laws, which would make it possible to do licencing jointly all over European Union. In case it will be decided to broaden the regulations of geoblocking in order to fully cover the audiovisual and copyrighted content, this would bring along an obligation for the service providers to offer their services all over European Union without direct or indirect discrimination based on nationality or location. The general access conditions would not allow the service providers to refuse the sales or to offer different prices to the relevant regions. This would allow the consumers of European Union to get access to basically any content from any provider, who is acting inside the European Union. But if only the reach of the regulation is broadened, this alone does not keep away the limitation of offers from the providers and broadcasters and differentiation of the access on territorial bases.

In conclusion it can be said that at first there is the need to map out the whole audiovisuaal sector, to think about the legal results of geoblocking and as well about the different interest groups, to whom this type of connectivity based on copyrights might not be the most appealing option.

KASUTATUD MATERJALID

Kasutatud kirjandus

1. Assessment. Accompanying the document proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council: on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market. Brussels, 25.5.2016 SWD(2016) 173 final.
2. Competition and Consumer Protection Commission. New Geo-blocking Regulation commences. 10.12.2018.
3. Ettel. M, de Bijl, P.W.J. A next step for territorial copyright licenses for on-demand audio-visual services in the light of the EU Digital Single Market. Information, Communication & Society. 2019.
4. Eurobarometer survey published on awareness of rules about geo-blocking. - Tech Law for Everyone 07.01.2019. Kättesaadav: <https://www.scl.org/news/10602-eurobarometer-survey-published-on-awareness-of-rules-about-geo-blocking> (11.01.2020).
5. Hojnik, J. Tell me where you come from and I will tell you the price: Ambiguous expansion of prohibited geographical price discrimination in the EU. Common Market Law Review 56.
6. Euroopa Komisjon. Avaldus, Digitaalsel ühtsel turul hakkavad kehtima uued ELi õigusnormid, et eurooplased saaksid piiriüleseid internetioste teha piiranguteta. Brüssel 30. november 2018.
7. Euroopa Komisjon. Consumer Conditions Scoreboard. Consumers at home in the Single Market, 2019. Kättesaadav: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumers-conditions-scoreboard-2019_en_1.pdf
8. Euroopa Komisjon. Geoblokeeringut ja muid geograafilisi piiranguid ELis ostlemisel ja teabele juurdepääsemisel. Brüssel, 18.03.2016.
9. Euroopa Komisjon. Komisjoni aruanne Nõukogule ja Euroopa Parlamendile. E-kaubandussektori uuringu lõpparuanne. Brüssel, 10.5.2017. COM(2017) 229 final.

10. Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Autoriõiguse euroopalikuma ja aja nõuetele vastava raamistiku suunas. Brüssel, 09.12.2015 COM(2015) 626 final.
11. Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele digitaalse ühtse turu strateegia rakendamise vahekokkuvõtte kohta. Ühendatud digitaalne ühtne turg kõigile. Brüssel, 10.5.2017 COM(2017) 228 final.
12. Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele seoses tervikliku lähenemisviisiga e-kaubanduse ergutamisele Euroopa kodanike ja äriühingute jaoks. Brüssel, 25.5.2016 COM(2016) 320 final.
13. Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia. Brüssel, 6.5.2015 COM(2015) 192 final.
14. Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis Euroopa Parlamendile, Nõukogule, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning Regioonide komiteele. Terviklik lähenemisviis piiriülese e-kaubanduse ergutamisele Euroopa kodanike ja äriühingute jaoks. Brüssel, 25.5.2016 COM(2016) 320 final.
15. Euroopa Komisjon. Komisjoni teatis, Tegevuskava postipakkide kättetoimetamise ühtse turu lõpuleviimiseks – usalduse kujundaine kättetoimetamisteenuste vastu ja internetimüügi ergotamine. Brüssel, 16.12.2013. COM(2013) 886 final.
16. Euroopa Komisjon. Küsimused ja vastused asukohapõhise tõkestuse määrase kohta e-kaubanduses. 2018.
17. Euroopa Komisjon. Monopolidevastane võitlus: e-kaubanduse sektori uuring näitab, et geoblokeerimine on levinud terves ELis. Kättesaadav: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/et/IP_16_922 (18.03.2016).
18. Euroopa Komisjon. Roheline raamat „Euroopa lepinguõiguse loomise võimalused tarbijate ja ettevõtjate jaoks“. Brüssel, 1.7.2010. KOM(2010) 348 lõplik.
19. Euroopa Komisjon. Roheline raamat, mis käsitleb ELi e-kaubanduse arengut toetavat ühtset pakiveoturgu. Brüssel, 29.11.2012. COM(2012) 698 final.
20. Euroopa Komisjon. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus, mis käsitleb ettepanekut digitaalse sisu üleandmise lepingutega seonduvaid aspekte. Brüssel, 09.12.2015. COM(2015) 634 final.

21. European Commission. Commission Staff Working Document. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council, on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market. Brussels, 25.5.2016. SWD(2016) 173 final.
22. European Commission. Commission Staff Working Document 4 Assessment. Accompanying the document proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council: on addressing geo-blocking and other forms of discrimination based on place of residence or establishment or nationality within the Single Market. Brussels, 25.5.2016 SWD(2016) 173 final.
23. European Commission's Proposal to Tackle Geo-blocking in the EU. BEUC Position Paper. Brussels 2016, lk 3. Kättesaadav: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-090_are_beuc_position_paper_geo-blocking.pdf (18.03.2020).
24. European Parliament. Combating Consumer Discrimination in the Digital Single Market: Preventing Geo-Blocking and Other Forms of Geo-Discrimination. Study for the IMCO Committee. Brussels 2016. Kättesaadav: [http://aei.pitt.edu/80216/1/IPOL_STU\(2016\)587315_EN.pdf](http://aei.pitt.edu/80216/1/IPOL_STU(2016)587315_EN.pdf) (05.12.2019).
25. European Parliament. Contribution to Growth: The European Digital Single Market, Delivering economic benefits for citizens and businesses 2019. Kättesaadav: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631044/IPOL_STU\(2019\)631044_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631044/IPOL_STU(2019)631044_EN.pdf) (15.03.2020).
26. Flórez Rojas, M.L. Are online consumers protected from geo-blocking practices within the European Union? International Journal of Law and Information Technology, 2018.
27. Hoffman, J. Crossing borders in the digital market: A proposal to end copyright territoriality and geo-blocking in the European Union. The George Washington International Law Review 2016, Volume 49 Issue 1.
28. Hojnik, J. Tell me where you come from and I will tell you the price: Ambiguous expansion of prohibited geographical price discrimination in the EU. Common Market Law Review 56.
29. Hugenholtz, P.B., Poort, J. Film Financing in the Digital Single Market: Challenges to Territoriality. IIC International Review of Intellectual Property and Competition Law 51, 2020.
30. Hutchinson, C. Challenges to Competition of Geographic Restrictions to Online Sales of Goods and Digital Content, 2018. Kättesaadav: <https://law-journal.hse.ru/data/2019/01/14/1146827651/Ючинсон.pdf> (11.02.2020).

31. Kirrage, K, Clarke, O. Does the Digital Single Market mean the end of geo-blocking in Europe? 2016. Kättesaadav: [https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-633-8046?transitionType=Default&contextData=\(sc.Default\)](https://uk.practicallaw.thomsonreuters.com/3-633-8046?transitionType=Default&contextData=(sc.Default)) (15.03.2020).
32. Kuusik, S, Sein, K. Digitaalse infosu lepingutingimustele vastavuse hindamine. - Juridica 2014, X.
33. Kövecses, B. The new EU Geo-Blocking Regulation and why it Affects You. – Budapest Business Journal 5/2018.
34. K-Oz, T. Geoblocking and the Legality of Circumvention. – Idea: The Intellectual Property Law Review 57/2017.
35. Leung, P. DSM sparks debate over differential pricing in Europe. – Managing Intellectual Property 7/6/2015.
36. Lianos, I. Updating the EU Internal Market Concept. Centre for Law, Economics and Society. Research Paper Series: 1/2018. Kättesaadav: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=619020093024126099124105023108114123102005063047062066086000025112083088091089091088027001040125108012013089012081080107126016021052054085039029064065094009121030090014087113003007085019116000003022116027011097004029003031008026029030098110112097005&EXT=pdf> (26.03.2020).
37. Lobato, R., Meese, J. Geoblocking and global video culture. – Theory on Demand 18/2016.
38. Marcus, J. Scott. E-commerce in Europe: Parcel delivery prices in a digital single market. Kättesaadav: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/165976/1/859791955.pdf> (02.04.2020).
39. Maciejewski, J., Book Markets in Europe: Facing the Challenges of the Digital Single Market. Comparative Economic Research 2019, 22/2.
40. Mazur, J., Sledziewskab, K., Zieba, D. Regulation of Geo-blocking: does it address the problem of low intraEU iTrade? 2018. University of Warsaw Faculty of Economic Sciences, Working Papers No. 20/2018 (279).
41. Mazziotti, G., Is geo-blocking a real cause for concern in Europe? European Intellectual Property Review 38(6), 2016.
42. Mazziotti, G., Simonelli, F. Another breach in the wall: copyright territoriality in Europe and its progressive erosion on the grounds of competition law. 2016. Kättesaadav: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/info-06-2016->

0026/full/pdf?title=another-breach-in-the-wall-copyright-territoriality-in-europe-and-its-progressive-erosion-on-the-grounds-of-competition-law (06.04.2020).

43. McDonald, A. jt. A Global View of CDN Geoblocking. Kättesaadav: https://ensa.fi/papers/403forbidden_imc18.pdf (26.03.2020).
44. Metshein, R. Ettevõtlusvabadus ja geoblokeeringute kaotamine autoriõigusega kaitstud sisuga toodetelt. Magistritöö. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool õiguse instituut 2018.
45. Pihlajarinne, S.T., Vesala, J., Honkkila, O. Online Distribution of Content in the EU. 2019.
46. Ramaswamy, S. Banerjee. For a Borderless Digital Market: Resolving the Conflict Between Geo-Blocking and Free Access to Services in the European Union. The Indian Journal of Intellectual Property Law, 2018.
47. Schroff, S., Street, J. The politics of the Digital Single Market: culture vs. competition vs. copyright. Information, Communication & Society 2018, Volume 21 No.10.
48. Sein, K. The draft Geoblocking Regulation and its possible impact on B2C contracts. Journal of European Consumer and Market Law 2017, Volume 6, Issue 4.
49. Solek, L., Blumental, E.B. Geo-blocking at the cross-section between competition law and regulation. – European Competition Law Review 41(1)/2020.
50. Synodinou, T. E., Geoblocking in EU Copyright Law: Challenges and Perspectives. GRUR International 2020, Volume 69 Issue 2.
51. Tech Law for Everyone. Eurobarometer survey published on awareness of rules about geo-blocking. Kättesaadav: <https://www.scl.org/news/10602-eurobarometer-survey-published-on-awareness-of-rules-about-geo-blocking> (11.01.2020).
52. The European Consumer Organisation. Geo-blocking in the European Union. Recommendation for the trilogue negotiations. Brussels 2017.
53. The European Consumer Organisation. European Commission's Proposal to Tackle Geo-blocking in the EU. BEUC Position Paper. Brussels 2016. Kättesaadav: https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2016-090_are_beuc_position_paper_geo-blocking.pdf (18.03.2020).
54. Trasberg, H. Eesti kahju hüvitamise regulatsiooni vastavus Euroopa Liidu õigusele autoriõiguse ja autoriõigusega kaasnevate õiguste rikkumise korral. Justiitsministeerium, 2020.
55. Trimble, M., Lionel, S.S., Boyd, W.S. The role of geoblocking in the Internet legal landscape. IDP. Revista de Internet, Derecho y Políticas. No. 23.

56. Van Cleynenbreugel, P., The European Commission's Geo-blocking Proposals and the Future of EU E-commerce Regulation. Masaryk University Journal of Law and Technology, 2017.
57. Weiss, C.A. Available to All, Produced by Few: The Economic and Cultural Impact of Europe's Digital Single Market Strategy within the Audiovisual Industry. Columbia Business Law Review, 877, 2016.
58. Yu, P.K. A Hater's Guide to Geoblocking. Boston University Journal of Science & Technology Law 503. 2019.

Kasutatud normatiivmaterjalid

59. Euroopa Komisjon. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu määrus, mis käsitleb ettepanekut postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuste kohta. Brüssel, 05.05.2016. COM(2016) 285 final.
60. Euroopa Komisjoni 17.06.2014 määrus 651/2014/EL, ELi aluslepingu artiklite 107 ja 108 kohaldamise kohta, millega teatavat liiki abi tunnistatakse siseturuga kokkusobivaks. – ELT L 187, 26.6.2014.
61. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 12.12.2006 direktiiv 2006/123/EÜ, mis käsitleb teenuste kohta siseturul. – ELTL 376, 27.12.2006.
62. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 14.06.2017 määruses 2017/1128/EL mis käsitleb võrgusisuteenuste piiriülese kaasaskantavuse kohta siseturul. – ELT L 168/1. 30.06.2017.
63. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 28.02.2018 määrus 2018/302/EL, mis käsitleb siseturul toimuvat põhjendamatut asukohapõhist tõkestust ja muul viisil diskrimineerimist kodakondsuse, elukoha või asukoha alusel ning millega muudetakse määrusi 2006/2004/EÜ ja 2017/2394/EL ning direktiivi 2009/22/EÜ. – ELT L 60, 2.3.2018.
64. Euroopa Parlamendi ja Nõukogu 18.04.2018, määrus (EL) 2018/644, postipakkide piiriülese kättetoimetamise teenuste kohta ELT L 112, 2.5.2018.
65. Euroopa Liidu toimimise lepingu konsolideeritud version. – ELT C 326, 26.10.2012.
66. Konkurentsiamet. Aastaraamat 2018. Kättesaadav: https://www.konkurentsiamet.ee/sites/default/files/aastaraamat_2018.pdf (20.03.2020).

Kasutatud kohtupraktika

67. ECJ 04.10.2011, C-403/08 ja C-429/08, *Football Association Premier League and others*.

Muud materjalid

68. European Commission. Eurostat. Will you be shopping online today? (29.11.2019).

69. European Commission. Mystery shopping survey on territorial restrictions and geo-blocking in the European Digital Single Market. Final Report 2016. Kättesaadav: <https://op.europa.eu/et/publication-detail/-/publication/2f45c29f-c35b-11e6-a6db-01aa75ed71a1> (09.03.2020).

70. Euroopa Parlament. Kõikjale ulatuv digitaalne ühtne turg. Kättesaadav: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/et/sheet/43/koikjale-ulatuv-digitaalne-uhadne-turg> (11.02.2020).

71. Eurostat. E-commerce statistics for individuals, 2020. Kättesaadav: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals

72. IPC Cross-border E-commerce Shopper Survey, 2019. Kättesaadav: <https://www.ipc.be/sector-data/e-commerce/cross-border-e-commerce-shopper-survey> (15.03.2020)

73. J. Beaumont-Nesbitt (IMMF): autorite häält on liiga vähe kuulda! Kättesaadav: <https://www.rada7.ee/jake-beaumont-nesbitt-immf-autorite-haalt-on-liiga-vahe-kuulda/> (12.03.2020).

74. Statistikaamet. Majanduslikult aktiivsed ettevõtted töötajate arvu järgi. Kättesaadav: <https://www.stat.ee/68771> (11.03.2020).

75. Slaughter and May. Geo-blocking: new rules for traders. Kättesaadav: <https://www.slaughterandmay.com/media/2536811/geoblocking-regulations-plc-article.pdf> (15.03.2020).

76. UK Government response to EU public consultation on tackling unjustified Geo-blocking, 2006. Kättesaadav: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/491116/bis-16-10-geoblocking-eu-consultation-response.pdf (15.03.2020).

77. T. Väärt. 2019.a. e-ostlemise kokkuvõte. Kättesaadav: <https://e-kaubanduseliit.ee/2019-a-e-ostlemise-kokkuvote/> (12.04.2020).
78. T. Väärt. E-kaubanduse 2019.a. kokkuvõte ning pilk tulevikku. Kättesaadav: <https://e-kaubanduseliit.ee/e-kaubanduse-2019-a-kokkuvote-ning-pilk-tulevikku/> (12.04.2020)

Lisad

Lisa 1. Ülevaade magistritöös analüüsitud ettevõtetest.

Ettevõtja	Ettevõtja veebilehe aadress
1. Abakhan Fabrics Eesti AS	www.abakhan.ee
2. AegaOn OÜ	www.aegaon.com
3. Aldar Eesti OÜ	www.viinarannasta.ee
4. All Kaubanduse OÜ	www.starcom.ee
5. Antista AS	www.euronics.ee
6. Balmerk Estonia OÜ	www.dunker.ee
7. Bauhof Group AS	www.bauhof.ee
8. Bramham Trade OÜ	www.bosse.ee
9. Charlot OÜ	www.minukontor.ee
10. Decoreter OÜ	www.alpaka-shop.com
11. Diivaniparadiis OÜ	www.paradiis.ee
12. Dreamland Home OÜ	www.dreamland.ee
13. Expert Eesti AS	www.expert.ee
14. Frogest OÜ	www.frog.ee
15. IM Arvutid AS	www.ideal.ee
16. Infotark AS	www.byroomaailm.ee
17. Joik OÜ	www.joik.ee
18. Jysk Linnen´n Furniture OÜ	www.jysk.ee
19. Kaubamaja AS	www.kaubamaja.ee
20. Kingitus.ee OÜ	www.kingitus.ee
21. Kotryna OÜ	www.jukukeskus.ee
22. Lasering OÜ	www.lasering.ee
23. Linen OÜ	www.s1.ee
24. Marepleks OÜ	www.autofer.ee
25. Megafort OÜ	www.goldtime.ee
26. Meridein OÜ	www.droon.ee
27. Nordic Digital AS	www.photopoint.ee

28. Nurme Looduskosmeetika OÜ	www.nurmeseeep.ee
29. ON24 AS	www.on24.ee
30. Optimera Estonia AS	www.ehituseabc.ee
31. Pariisi Vesi OÜ	www.pariisivesi.ee
32. PC & Program OÜ	www.matikuld.ee
33. Piletilevi AS	www.piletilevi.ee
34. Prisma Peremarket AS	www.prismamarket.ee
35. Progear OÜ	www.progear.ee
36. Põldma Kaubanduse AS	www.denimdream.ee
37. Rahva Raamat AS	www.rahvaraamat.ee
38. SalonPlus Baltic OÜ	www.salonplus.ee
39. Sangar AS	www.sangar.ee
40. Silja Sport OÜ	www.siljasport.ee
41. Sokisahtel OÜ	www.sokisahtel.net
42. Sülearvutid OÜ	www.laptopid.ee
43. Tele2 Eesti AS	www.tele2.ee
44. Telia Eesti AS	www.telia.ee
45. Tradehouse OÜ	www.tradehouse.ee
46. Triton Holding OÜ	www.digizone.ee
47. Tööriistamaailm OÜ	www.tooriistamaailm.ee
48. Weekend Eesti OÜ	www.weekendshoes.ee
49. Wraith Invest OÜ	www.hansapost.ee
50. Ökosahver OÜ	www.sahver.ee

Lisa 2. Valimisse kuulunud ettevõtete suurus, mille aluseks on aastakäive ja töötajate arv.

Ettevõtte suurus	Arv
suurettevõtte	7
keskmine ettevõtte	15
väikeettevõtte	13
mikroettevõtte	15
Kokku	50

Lisa 3. E-kauplejate poolt pakutav võimalus kaubale ise järgi minna

Kaubale järgitulek	suurettevõte	keskmine ettevõte	väikeettevõte	mikroettevõte	Kokku
Ei	5	6	8	7	26
Jah	3	9	5	7	24
Kokku	8	15	13	14	50

Lisa 4. Ettevõtete arv, kes võimaldasid välisriigi maksevahendiga e-kauplusest ostutehingu lõpuni viia ning ettevõtted, kelle puhul ei olnud võimalik ostutehingu ja maksevahendi kinnituseni jõuda.

Piirang	suurettevõte	keskmine ettevõte	väikeettevõte	mikroettevõte
Ei	5	10	10	13
Jah	3	5	3	1
Kokku	8	15	13	14